TRUSTED SHOPS

Handbuch für Online-Händler

Praxishilfen zur richtigen Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben

Musterformulierungen für Ihren Shop

Steigern Sie das Vertrauen und erhöhen Sie die Konversion

August 2015
Hoeren | Föhlisch | Rätze

Praxishilfen und Musterformulierungen
für Online-Händler

TRUSTED SHOPS GmbH
Subbelrather Str. 15c
50823 Köln

+49 221 77536-87
shopbetreiber@trustedshops.de

www.trustedshops.de/shopbetreiber

Einführung

Der Online-Handel mit privaten Endverbrauchern ist durch eine **Fülle von rechtlichen Bestimmungen** stark reguliert. Insbesondere kleinere und mittelständische Händler sind mit der praktischen Umsetzung dieser Vorschriften häufig überfordert. Die Vorschriften selbst wurden in den letzten Jahren mehrfach geändert und durch die Rechtsprechung immer weiter konkretisiert. Zudem besteht angesichts der recht einseitigen gesetzlichen Risikoverteilung zu Lasten der Händler ein Bedürfnis, in den wenigen möglichen Punkten Regelungen zugunsten der Händler zu vereinbaren.

Das vorliegende Handbuch ist dazu gedacht, einem juristischen Laien die **rechtssichere Gestaltung des Kaufprozesses im Online-Shop** vom **Impressum** über die **Datenschutzerklärung**, **Produktbeschreibung**, **Kundendatenerhebung**, **Bestellseite**, **Informationsseiten** und **AGB** bis zur **E-Mail-Bestätigung** zu ermöglichen. Der Schwerpunkt liegt dabei nicht auf der Erläuterung der gesetzlichen Bestimmungen oder Vertiefung wissenschaftlicher Streitfragen, sondern auf den Beispielformulierungen mit weiterführenden Hinweisen und Hintergrundinformationen.

Im Kapitel **Grundlagenwissen** werden wichtige Begriffe erklärt, die Sie kennen müssen. Das Kapitel **Musterformulierungen** enthält eine Vielzahl von Formulierungsvorschlägen für den Einsatz im Online-Shop. Im Kapitel **Nach der Bestellung** erhalten Sie Tipps für typische Problemsituationen nach der Bestellung, z. B. bei Lieferschwierigkeiten oder Problemen mit Retouren. **Wichtige Gesetze** haben wir im Anhang für Sie zusammengestellt.

In diesem Handbuch können nicht alle möglichen Geschäftsmodelle behandelt werden. Die Texte sind für den **Verkauf von Waren innerhalb der Bundesrepublik Deutschland an private Endkunden** konzipiert. Alle Texte ersetzen weder eine rechtliche Beratung noch die Auseinandersetzung und eigene Arbeit mit den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen. **Sämtliche Muster dienen nur als Checkliste** und müssen stets **auf ihre konkrete Anwendbarkeit geprüft und angepasst** werden (insbesondere die <[markierten]> Passagen). Die Anmerkungen zu den Grundmustern sollten immer gelesen werden, auch wenn eine Variante verwendet wird. Für eine Rechtsberatung, die Ihre individuellen Bedürfnisse berücksichtigt, wenden Sie sich bitte an den Rechtsberater Ihres Vertrauens. **Für die Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität der Muster kann keine Haftung übernommen werden.**

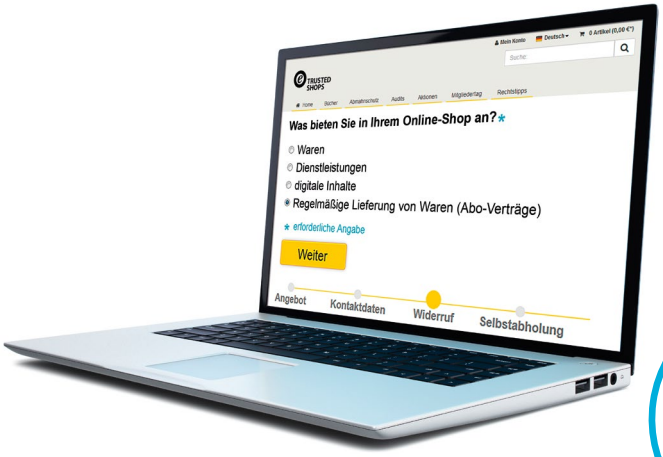
Tipp: Die besprochenen **Urteile** finden Sie auch strukturiert und durchsuchbar in unserem **www.shopbetreiber-blog.de.** Individuelle Rechtstexte (**Impressum, AGB, Widerrufsbelehrung und Datenschutzerklärung**) können Sie kostenlos unter **shop.trustedshops.com/de/rechtstexte/** erstellen.

Münster und Köln im August 2015

Die Verfasser

Ein Tool für alle Rechtstexte:

der Trusted Shops Rechtstexter



dauerhaft kostenlos

Mit Ihrer Seite auf der sicheren Seite – und das in nur wenigen Schritten.

Denn mit dem kostenlosen Trusted Shops Rechtstexter erstellen Sie ganz einfach Ihren gewünschten Rechtstext. Ob Impressum, AGB, Widerrufsbelehrung oder Datenschutzerklärung: Schützen Sie sich vor Abmahnungen mit Ihren individuellen und anwaltlich geprüften Texten.

Ihre individuellen Rechtstexte können Sie völlig kostenlos auf Ihrer Website verwenden – ohne Einschränkung und zeitliche Begrenzung. Sie zeigen lediglich an, dass Sie die Texte mit unserem Rechtstexter erstellt haben. Auch wenn Sie neue Versionen Ihrer Texte erstellen wollen, bleibt unser Rechtstexter-Generator kostenlos.

Einfach erstellt, einfach eingebaut, einfach sicher.

shop.trustedshops.com/rechtstexte

Nur sicher ist sicher:

der Trusted Shops Abmahnschutz

rundum geschützt

Sie haben was gegen Abmahnungen?

Wir auch: Die Trusted Shops Abmahnschutzpakete bieten Ihnen **zuverlässigen Rundum-Schutz** für den Fall der Fälle – damit Sie sich **auf nichts anderes als Ihr Geschäft konzentrieren** müssen.

So sind Sie rundum geschützt:

- **Anwaltliche Vertretung bei Abmahnungen:** Auch bei unberechtigten Abmahnungen kümmern wir uns um die außergerichtliche und gerichtliche Beratung und Vertretung mit spezialisierten Anwälten.
- **Haftungsübernahme:** Volle anwaltliche Haftung für alle Texte, Gutachten und Beratungen.
- **Persönliche Ansprechpartner:** Bei uns sprechen Sie mit Menschen, nicht mit Maschinen – unsere Experten sind für Sie da.
- **Anwaltliche Basis- und Intensivprüfungen:** Unsere Anwälte prüfen die korrekte Einbindung der Texte und kontrollieren Ihren Bestellablauf vom Warenkorb bis zur Check-out-Seite auf Rechtssicherheit.
- **Rechtstext-Update:** Über neue Gesetze und notwendige Änderungen Ihrer Rechtstexte werden Sie bequem mit konkreten Anweisungen und Tipps informiert.

Wählen Sie Ihr passendes Abmahnschutzpaket:

shop.trustedshops.com/abmahnschutz

Internationale Rechtsexpertise:

mehr Produkte in unserem Shop

Zahlreiche Produkte rund ums Thema Recht im E-Commerce:

In unserem Shop finden Sie Handbücher, Seminare und weitere Services für praxisorientiertes Rechtswissen. Übrigens auch international – für Vertrauen, das viele Sprachen spricht.

Das bietet der Shop:

- **Seminare und Webinare:** Buchen Sie bequem Ihre Teilnahme an Veranstaltungen von Trusted Shops und lassen Sie sich persönlich von unseren E-Commerce- und Rechtsexperten beraten.
- **Handbücher:** Die Trusted Shops Handbücher unterstützen Sie bei der rechtssicheren Gestaltung Ihres Shops. Von Impressum über die Datenschutzerklärung, Produktbeschreibung, Kundendatenerhebung, Bestellseite und AGB bis zur E-Mail-Bestätigung und dem Umgang mit Kundenbewertungen erhalten Sie fundierte Nachschlagewerke für zahlreiche europäische Märkte.

Mehr zum internationalen Expertenwissen:

shop.trustedshops.com

I Inhalt

Einführung **3**
I Inhalt **7**
II Neuerungen dieser Auflage **12**
III Die Shopbetreiber-Checkliste **13**
IV Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte **14**
V Grundlagenwissen **18**
1 Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform **18**
1.1 Firmenkunden oder Privatkunden 18
1.1.1 Verkauf an Gewerbetreibende 18
M1 Begrenzung des Kundenkreises 19
1.1.2 Vermischungen vermeiden 19
1.1.3 Klare Trennung empfehlenswert 19
Wann ist ein Kunde „Verbraucher"? 19
1.2 Deutschland, EU oder weltweit 20
1.2.1 Unerwünschte Auslandslieferungen vermeiden 20
Liefergebiet begrenzen oder informieren 20
M2 Begrenzung des Liefergebietes 21
1.2.2 Verbraucherrechterichtlinie 21
1.2.3 Vollharmonisierung 22
1.3 Dienstleistung, Vermittlung, Reisen 22
2 Rechtliche Texte **23**
2.1 Informationen 24
2.2 Vereinbarungen 24
2.3 Einwilligungen 24
Keine E-Mail-Werbung ohne Einwilligung 25
Double-Opt-In ist sicherstes Verfahren 25
2.4 Hinweise im Bestellverlauf 25
2.5 Allgemeine Informationsseiten 25
M3 Links auf allen Seiten 26
2.5.1 Wann ist ein Link sprechend? 26
3 Rechtsverstöße und Abmahnungen **26**
3.1 Wettbewerbsrecht 27
3.2 Was ist eine Abmahnung? 27
3.2.1 Wer darf abmahnen? 28
3.2.2 Kosten der Abmahnung 28
3.2.3 Rechtsmissbrauch 29
3.3 Reaktionsmöglichkeiten 30
3.3.1 Uneingeschränkte Abgabe 30
3.3.2 Modifizierte Abgabe 30
3.3.1 Negative Feststellungsklage 30
3.3.2 Einstweilige Verfügung 31
3.4 Häufige Abmahngründe 31
3.5 Problematische AGB-Klauseln 32
VI Musterformulierungen **34**
1 Impressum **34**
1.1 Allgemeines 34
1.1.1 Angabe des Vertretungsberechtigten 35
Vorname muss unbedingt vollständig genannt werden 35
1.1.2 Telefonnummer im Impressum 35
Postfachanschrift genügt nicht 36
Kontaktformular genügt nicht 36
Mail-to-Funktion genügt nicht 36
Nur E-Mail-Adresse reicht nicht 36
Kein toter Briefkasten 37
1.1.3 Handelsregister und USt-IdNr. 37
1.1.4 Verfahren für den Umgang mit Beschwerden 37
1.1.5 Sind Disclaimer sinnvoll? 37
Unwirksame Haftungsausschlüsse 38

1.2 Impressum Einzelunternehmen (Gewerbetreibender) 38
M4 Impressum Einzelunternehmen 38
1.3 Impressum eingetragener Einzelkaufmann 38
M5 Impressum e.K. 38
1.4 Impressum Apotheker (e.K.) 39
M6 Impressum Apotheker (e.K.) 39
1.5 Impressum GbR 39
M7 Impressum GbR 39
1.6 Impressum OHG 40
M8 Impressum OHG 40
1.7 Impressum KG 40
M9 Impressum KG 40
1.8 Impressum GmbH & Co KG 41
M10 Impressum GmbH & Co KG 41
1.9 Impressum GmbH 41
M11 Impressum GmbH 41
1.10 Impressum Unternehmergesellschaft 42
M12 Impressum UG (haftungsbeschränkt) 42
1.11 Impressum Aktiengesellschaft 42
M13 Impressum AG 42
1.12 Impressum englische Limited 43
M14 Impressum Ltd. 43

2 Datenschutz 44

2.1 Allgemeines 44
2.1.1 Zweckbindungsgrundsatz 44
2.1.2 Datenvermeidung 44
M15 Pflichtangaben und freiwillige Angaben 45
Speicherung von IP-Adressen 45
2.1.3 Umfassende Information erforderlich 45
2.1.4 Einwilligung erforderlich 46
Ausdrückliche Einwilligung 46
2.2 Datenerhebung 46
2.2.1 Registrierung 46
2.2.2 Newsletteranmeldung 46
Vorliegen der Einwilligung muss von Ihnen bewiesen werden 47
Newsletter-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung 47
M16 Erlaubnis zur E-Mail-Werbung 48
Hinweis auf Abbestellmöglichkeit ist gesetzlich erforderlich 48
2.2.3 Bonitätsprüfung 48
M17 Einwilligung zur Bonitätsprüfung 49
2.3 Inhalte der Datenschutzerklärung 49
Datenschutzhinweise sind keine AGB 49
Vorsicht bei Scoring-Verfahren 49
2.3.1 Bonitätsprüfung 50
2.3.2 Cookies 50
2.3.3 Web-Analyse-Tools 51
2.3.4 Rechtsfolgen bei Verstößen 51
2.4 Muster für die Datenschutzerklärung 52
2.4.1 Basis-Muster 52
Information über Daten-Verwendung zu Werbezwecken 52
M18 Basis Datenschutzerklärung mit Kundenregistrierung und Newsletter 52
2.4.2 Optionale Erweiterungen für die Datenschutzerklärung 53
M19 Verschlüsselung personenbezogener Daten 54
M20 Erstellung pseudonymer Nutzungsprofile zur Webanalyse 54
M21 Hinweis auf die Durchführung von Bonitätsprüfungen 54
M22 Hinweis auf die Übermittlung von Negativdaten 55
M23 Wiederholung von Einwilligungen in der Datenschutzerklärung 55
Hinweis zum Einsatz der Muster 56

3 Warenangebot 56

3.1 Produktbeschreibung 56
3.1.1 Die wesentlichen Merkmale der Ware 56
Keine Verletzung von Urheberrechten 57
Alte Produkte als Neuware 57
Keine Werbung mit Echtheit der Ware 57
M24 Wesentliche Merkmale der Ware 58
3.1.2 Testergebnisse und Siegel 58
3.1.3 Batterien 58
M25 Hinweis nach Batteriegesetz 59

3.1.4 Bücher ... 59
3.1.5 CE-Kennzeichnung ... 59
3.1.6 Elektrogeräte ... 60
3.1.7 Energiekennzeichnung ... 60
Verkaufsverbot für Glühlampen und Staubsauger 60
3.1.8 Jugendschutz ... 61
Bei FSK-Artikeln Altersverifikationssysteme einsetzen 61
3.1.9 Kosmetikprodukte ... 61
3.1.10 Lebensmittel ... 62
3.1.11 Textilien ... 62
3.1.12 Motorenöle ... 62
3.1.13 Verpackungen ... 63
3.2 Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten 63
3.2.1 Gesamtpreise angeben ... 63
Preisangaben bei allen Angeboten bestellbarer Waren 63
3.2.2 Hinweis auf MwSt. und Versandkosten ... 63
M26 Preisangaben mit Hinweis zu MwSt. und Versandkosten 64
Hinweis „inkl. MwSt." bei Kleinunternehmern 64
Mindermengenzuschläge 64
3.2.3 Optional versicherter Versand und Preisvergleiche ... 65
3.2.4 Angabe der Auslandsversandkosten ... 65
3.2.5 Werbung in Preissuchmaschinen ... 65
3.2.6 Bei befristeten Angeboten Dauer angeben ... 65
M27 Gültigkeitsdauer des Angebotes 65
3.2.7 Grundpreisangaben ... 66
Keine Grundpreisangaben bei eBay-Auktionen 66
3.2.8 Ab-Preise ... 66
3.3 Lieferinformationen 66
3.3.1 Begrenzung des Liefergebietes ... 66
M28 Lieferbeschränkungen 66
3.3.2 Angabe eines Liefertermins ... 66
M29 Angaben zu Lieferzeiten 67

4 Zahlungsbedingungen 67
Mindestens zwei Zahlungsarten empfehlenswert 67
4.1 Hinweis auf Zahlungsarten im Warenkorb 68
4.2 Kosten der Zahlungsart 68
M30 Hinweis auf Nachnahmegebühr 68
„Übermittlungsentgelt" bei Nachnahme 68
4.3 Weitere Zahlungsbedingungen 68
M31 Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen 69

5 Bestellseite 69
M32 Musterbestellseite nach der Button-Lösung 70
Rechtsprechung zu (un)zulässigen Button-Bezeichnungen 71
5.1 Korrekturmöglichkeiten 72
5.2 Hinweis auf E-Mail-Werbung 72
M33 Hinweis auf E-Mail-Werbung 72
5.3 Widerrufsrecht 72
5.4 Einbeziehung von AGB 72
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar 73
M34 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen 73
5.5 Vertragsschluss 73
5.5.1 Verpflichtung zu Lieferung ... 73
5.5.2 Verschiedene Möglichkeiten, einen Vertrag zu schließen ... 73
5.5.3 Zahlungsaufforderung bedeutet Vertragsschluss ... 74
Vorkasseklausel vs. Vertragsschluss 74
Keine Zahlungsaufforderung in der Zugangsbestätigung 74
5.5.4 Preisirrtümer ... 74
5.5.5 Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses ... 74
M35 Informationen zum Vertragsschluss 75

6 Widerrufsrecht 76
6.1 Verbraucherrechterichtlinie 76
6.2 Hinweis auf das Widerrufsrecht 77
„Sprechende Links" genügen 77
M36 Hinweis auf das Widerrufsrecht und Einwilligung zum Beginn von Dienstleistungen 77
Freiwilliges Widerrufsrecht auch für gewerbliche Kunden? 77
6.2.1 Zeitpunkte der Information und Belehrung ... 78

6.2.2 Konsequenzen bei fehlerhafter Belehrung ... 78
Vorsicht beim Einsatz von Grafiken 78
Faxnummer muss nicht genannt werden 78
6.3 Nichtbestehen und Erlöschen des Widerrufsrechts 78
6.3.1 Hinweis nur bei einschlägigem Sortiment ... 78
M37 Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts 79
6.3.2 Bisherige Rechtsprechung zu (un)zulässigen Ausschlüssen ... 80
Elektronische Bauteile sind nicht vom Widerruf ausgeschlossen 80
Built-to-Order Computer sind nicht vom Widerrufrecht ausgeschlossen 80
Tesafilm ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht) 80
Cellophanhülle ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht) 80
Geöffnete Kontaktlinsen 80
Rücksendung benutzter Kosmetika 81
Rücksendung von Arzneimitteln 81
Heizöl ist nicht vom Widerruf ausgeschlossen 81
Wasser, Strom und Gas sind nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen 81
Bahntickets und Eintrittskarten 81
Ausschluss des Widerrufsrechtes beim Verkauf von Cognac? 81
Online-Kurse 81
Lebende Bäume 82
Konfiguriertes Sofa 82
Goldbarren 82
Kompletträder 82
Medizinprodukte 82
6.3.3 Erlöschen bei Dienstleistungen ... 82
M38 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen 83
6.3.4 Erlöschen bei digitalen Inhalten ... 83
M39 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei digitalen Inhalten 83
6.4 Wertersatz 83
6.4.1 Wertersatz bei Waren ... 83
Kein Wertersatz für ein befülltes Wasserbett 83
Kein Wertersatz für eingebauten Katalysator 84
Zwei Nächte Probeschlafen 84
6.4.2 Wertersatz bei Dienstleistungen ... 84
6.4.3 Wertersatz bei digitalen Inhalten ... 84
6.5 Die Muster im EGBGB 85
6.5.1 Sollen die Muster verwendet werden? ... 85
6.5.2 Text der Musterwiderrufsbelehrung ... 85
M40 Gesetzliches Muster für die Widerrufsbelehrung 85
6.5.3 Angepasste Musterwiderrufsbelehrungen für Warenlieferungen ... 87
M41 Widerrufsbelehrung für die einheitliche Lieferung von Waren 87
M42 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von mehreren Waren 88
M43 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von einer Ware 89
6.5.4 Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Abo-Verträge ... 89
M44 Widerrufsbelehrung für Abo-Verträge 89
6.5.5 Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditionsware ... 90
M45 Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditions-Waren 90
6.5.6 Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Dienstleistungen ... 91
M46 Widerrufsbelehrung für die Erbringung von Dienstleistungen 91
6.5.7 Muster-Widerrufsformular ... 92
M47 Muster-Widerrufsformular 92
6.6 Häufige Fehler beim Widerrufsrecht 92
Keine Beschränkung auf originalverpackte bzw. unbenutzte Ware 92
Wertersatz bei fehlender Produktverpackung 93
„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“ 93
Aktuelle Rücksendeadresse 93
Nennung aller Kontaktmöglichkeiten 93
Auch ein Teilwiderruf ist möglich 93
Kunde kann nicht mehr durch Verweigerung der Paketannahme widerrufen 94
Vorgabe der Abholung der Ware 94
Ignorieren des Widerrufs wettbewerbswidrig 94

7 AGB und Infos 94

7.1 Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce 94
7.1.1 Zeitpunkt der Informationserteilung ... 94
7.1.2 Inhalt der Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce ... 95
7.1.3 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes ... 95
M48 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes 96
7.2 Gesetzliche Informationen ohne AGB 96
Keine Widersprüche zwischen Informationen, AGB und E-Mail-Bestätigung 96
M49 Kundeninformationen 97

7.3 Einfache AGB mit Kundeninformationen 99
AGB müssen nicht verwendet werden 99
AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar 100
AGB müssen auf dauerhaftem Datenträger zur Verfügung gestellt werden 100
Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel! 100
OLG Hamburg bestätigt Klausel zur Bitte um Frankierung 100
M50 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen 100
7.4 Erweiterte AGB mit Kundeninformationen 103
Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen 104
Achtung: Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel! 104
M51 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen 104
8 E-Mail-Bestätigung 109
8.1 Zugangsbestätigung 109
M52 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung) 109
8.2 Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung 111
Definition „dauerhafter Datenträger“ 111
M53 Auftragsbestätigung 111
8.3 Auftragsbestätigung mit AGB 113
M54 Auftragsbestätigung 113
8.3.1 Angaben auf Geschäftsbriefen 113
VII Nach der Bestellung 114
1 Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten 114
Unverzügliche Anfechtung bei Preisirrtümern 114
2 Transportverlust und Transportschäden 114
3 Unfreie Rücksendungen und Hinsendekosten 115
4 Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren 115
Ware darf nicht wegen Benutzung vom Widerruf ausgenommen werden 115
5 Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden 116
Widerruf ist auch bei mangelhafter Ware möglich 116
Garantie 117
6 Kundenbewertungen 117
6.1 Bewertungsaufforderung per E-Mail 117
6.2 Löschung von Negativbewertungen? 118
„unglaublich unverschämt“ 119
„nie, nie, nie wieder“ und „frech und dreist“ 119
„Vorsicht bei Reklamation! Übelste Abzocke bei Versandkosten“ 119
Leider nicht gepasst, keine Rückerstattung bekommen! Schuhe weg. Geld weg! 119
VIII Wichtige Gesetze 120
IX Über die Autoren 148

II Neuerungen dieser Auflage

Auch in dieser Auflage wurden wieder zahlreiche Entscheidungen und rechtliche Neuerungen eingearbeitet. Hier finden Sie eine kurze Übersicht.

Grundlagenwissen

- Ergebnisse der Studie „Abmahnungen im Online-Handel 2015“ – Häufige Verstöße
- LG Regensburg zur Unzulässigkeit von Teillieferungsklauseln in AGB
- AG Bonn zur Verbrauchereigenschaft eines Kunden

Datenschutz

- LG Stuttgart zur Zulässigkeit von Werbung in einer Bestätigungsmail
- LG Frankfurt a.M. zum Inhalt einer Einwilligungserklärung

Warenangebot

- BGH zur irreführenden Werbung mit Testergebnissen für nicht getestete Produkte
- OLG Saarbrücken zur irreführenden Werbung mit einem TÜV-Siegel
- OLG Düsseldorf zur Werbung Qualitätssiegeln
- LG Köln zur Wettbewerbswidrigkeit einer fehlenden Grundpreisangabe
- LG München I zur Unzulässigkeit der Angabe „Preis auf Anfrage“ im Online-Shop
- LG Leipzig zur Zulässigkeit von Zahlartgebühren

Zahlungsbedingungen

- OLG Dresden zur Unzumutbarkeit der Zahlungsarten Visa Elektron und MasterCard Gold
- LG Frankfurt a.M. zur Unzumutbarkeit der Zahlungsart sofortüberweisung

Widerrufsrecht

- BGH zum Ausschluss des Widerrufsrechts bei der Bestellung von Heizöl
- OLG Köln zur Platzierung des Hinweises auf das Widerrufsrecht auf der Bestellseite
- OLG Düsseldorf zu verbindlichen Vorgaben zur Abwicklung eines Widerrufs
- OLG Hamm zur verpflichtenden Angabe einer Telefonnummer innerhalb der Widerrufsbelehrung
- OLG Frankfurt zur Adressangabe innerhalb der Widerrufsbelehrung
- OLG Frankfurt zur Zulässigkeit einer freiwillig verlängerten Widerrufsfrist
- LG Hamburg zur Höhe des Wertersatzanspruchs nach Widerruf eines Dienstleistungsvertrages
- LG Hamburg zur Berechnung des Wertersatzes nach Widerruf eines Dienstleistungsvertrages
- AG Dortmund zum Ausschluss des Widerrufsrechtes wegen Kundenspezifikation
- AG Bonn zum Widerrufsrecht bei in Betrieb genommenen Geräten

Nach der Bestellung

- EuGH zur Beweislastumkehr im Gewährleistungsfall

III Die Shopbetreiber-Checkliste

Die folgenden Punkte sollten Sie in Bezug auf Ihren Shop allesamt erfüllen:

- ☐ **Anbieterkennzeichnung** (Impressum) vollständig (Vor- und Zuname, vollständige Anschrift, ggf. Handelsregisternummer und weitere Angaben)
- ☐ **Anbieterkennzeichnung** auf jeder Seite des Shops deutlich verlinkt
- ☐ **Datenschutzerklärung** vollständig (z. B. auch Hinweis auf Newsletter-Versand, Bonitätsprüfung, Cookies, Tracking etc.)
- ☐ **Datenschutzerklärung** von Seiten, auf denen Daten erhoben werden, deutlich verlinkt
- ☐ **Datenschutzrechtliche Einwilligungen** nachweisbar eingeholt („Double-Opt-In“) und protokolliert
- ☐ **Datensicherheit** gewährleistet (SSL-Verschlüsselung bei Übertragung von Zahlungsdaten, sichere Passwortvergabe, falls es einen LogIn-Bereich gibt)
- ☐ **Produktbeschreibung** vollständig (wesentliche Merkmale der Ware, weitere Kennzeichnungspflichten bei Textilien, Haushaltselektronik etc.)
- ☐ **Produktabbildungen** rechtlich einwandfrei (z. B. keine Verletzung von Urheberrechten durch Übernahme fremder Fotos ohne Genehmigung)
- ☐ **Preisangaben** vollständig und korrekt (z. B. Grundpreisangaben bei bestimmten Produkten, keine Gegenüberstellung mit veralteten UVP, unerläuterten Streichpreisen etc.)
- ☐ **Versandkosten und Zusatzkosten** vollständig genannt (Versandkosten für alle belieferten Länder, für alle Produktgruppen und -gewichte, evtl. Nachnahmegebühren etc.)
- ☐ **Versandkosten** vor Einleitung des Bestellvorgangs deutlich verlinkt (z. B. Link neben dem Produktpreis auf der Produktdetailseite) oder explizit genannt (bei einheitlicher Pauschale)
- ☐ **Liefertermine** korrekt genannt (möglichst präzise Angaben auf der Produktseite)
- ☐ **Bestellvorgang** transparent ausgestaltet (Darstellung einzelner Schritte, Korrekturmöglichkeiten)
- ☐ **Button-Lösung:** klare und verständliche Bestellzusammenfassung, hervorgehobene Pflichtinformationen und korrekte Button-Beschriftung
- ☐ **Zahlungsmöglichkeiten und Lieferbeschränkungen** vollständig vor Einleitung des Bestellprozesses genannt
- ☐ **Widerrufsbelehrung** korrekt (Verwendung des gesetzlichen Belehrungsmusters aus dem EGBGB, keine eigenmächtigen Änderungen)
- ☐ **Widerrufsrecht** auf der Bestellseite deutlich verlinkt (z. B. Link namens „Widerrufsrecht“ oberhalb des Bestell-Buttons)
- ☐ **Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)** rechtlich korrekt (so wenig Klauseln wie möglich, keine ungeprüfte Übernahme aus fremden Shops)
- ☐ **Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)** wirksam einbezogen (z. B. Opt-In-Box mit Link auf AGB oberhalb des Bestell-Buttons, AGB-Dokument in HTML leicht lesbar)
- ☐ **Vertragsschluss** korrekt und transparent (Information des Kunden über die technischen Schritte zum Vertragsschluss, widerspruchsfreie Formulierungen in Shop und E-Mail-Bestätigung)
- ☐ **E-Mail-Bestätigung** unverzüglich nach Eingang der Bestellung verschickt (z. B. Auto-Mail)
- ☐ **E-Mail-Bestätigung** vollständig (Pflichtangaben u. a. Produktmerkmale, Preis, Versandkosten, Anbieterkennzeichnung, Widerrufsbelehrung)
- ☐ **Lieferung** mit rechtlichen Informationen auf einem dauerhaften Datenträger (z. B. vollständige AGB, Widerrufsbelehrung, Anbieterkennzeichnung)

IV Häufige Fehler und nicht bedachte Aspekte

Online-Shopbetreiber sind mit einer Vielzahl schwer überschaubarer rechtlicher Anforderungen konfrontiert. Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen können negative Konsequenzen wie z. B. ein Bußgeld (§ 16 TMG), eine Abmahnung durch einen Konkurrenten, Verbände, Verbraucher- oder Wettbewerbszentralen (§§ 8, 12 Abs. 1 UWG) oder eine Verlängerung des Widerrufsrechtes auf maximal ein Jahr und 14 Tage (§ 356 Abs. 3 BGB) haben.

Im Zusammenhang mit der Prüfung von mehr als 18.000 Online-Shops fallen uns häufig typische rechtliche Fehler auf, die in der Vergangenheit bereits Gegenstand von Abmahnungen oder Gerichtsentscheidungen waren. Diese haben wir nachfolgend zusammen mit Links auf wichtige gesetzliche Bestimmungen für Sie zusammengestellt.

Durch die gewissenhafte Abarbeitung der nachfolgenden Punkte können unnötige Fehler vermieden und die Rechtssicherheit des Shops deutlich verbessert werden.

Anbieterkennzeichnung

§ 312d Abs. 1 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, § 55 RfStV.

- Handelt der Unternehmer im Auftrag eines anderen, müssen die Anschrift und Identität des Unternehmers in dessen Auftrag er handelt, zusätzlich angegeben werden (§ 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB).
- **Gewerbetreibende ohne Handelsregistereintrag** müssen im Geschäftsverkehr immer **mit Vor- und Zunamen** auftreten und dürfen nicht unter einem Fantasienamen firmieren. Auch die Bezeichnung „Firma“ oder „Geschäftsführer“ ist irreführend, da Vertragspartner des Kunden die natürliche Person ist (Irreführung über die Unternehmensgröße, §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG).
- Bei der **GbR** ist der Name mindestens eines vertretungsberechtigten Gesellschafters aufzuführen.
- Im Impressum muss, sofern vorhanden, die **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** genannt werden (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG). Die **Steuernummer** gehört hingegen nicht ins Impressum.

Datenschutz und Datensicherheit

BDSG, §§ 11 bis 15 TMG, § 7 Abs. 3 UWG.

- **Datenschutzhinweise sind keine AGB**. Der Kunde wird solche Hinweise nicht unter dieser Bezeichnung erwarten. Bitte fügen Sie deshalb einen ständig verfügbaren und aussagekräftigen Link namens „Datenschutz“ auf die Datenschutzerklärung in den Shop ein.
- Häufig findet sich in der Datenschutzerklärung der Hinweis, dass die Kundendaten **ausschließlich zur Abwicklung des Kaufvertrages** genutzt werden. Dies ist **unzutreffend, wenn ein Newsletter abonniert** werden kann. Denn dann wird die E-Mail Adresse auch zu Marketing- und Werbezwecken genutzt. Dies muss in der Datenschutzerklärung zum Ausdruck kommen.
- Eine **Bonitätsprüfung** darf ohne Einwilligung nur bei berechtigtem Interesse durchgeführt werden, z. B. wenn Sie in Vorleistung treten. Dann muss hierüber in der Datenschutzerklärung informiert werden. Besteht kein berechtigtes Interesse (z. B. Lieferung gegen Vorkasse), ist eine ausdrückliche Einwilligung (Opt-In) des Kunden erforderlich.
- Die obligatorische Abfrage eines **realen Namens bei Bestellung eines Newsletters** verstößt gegen das Prinzip der Datenvermeidung. Die Namensangabe sollte daher nur optional sein.
- Wollen Sie einen **Newsletter an Ihre Bestandskunden** versenden? Dieser darf zwar auch ohne Einwilligung verschickt werden, jedoch nur, wenn sehr strenge Anforderungen erfüllt werden (§ 7 Abs. 3 UWG). Wir empfehlen, **stets eine aktive Einwilligung** einzuholen.

- Bei der Nutzung seiner E-Mail-Adresse zu Werbezwecken (Newsletter-Abonnement) müssen Sie den Abonnenten schon vor Einholung seiner Einwilligung ("Anmeldung") auf die **Widerrufsmöglichkeit mit Wirkung für die Zukunft** ("Abbestellen") hinweisen.

Produktbeschreibung; Vertriebs- und Marketingbeschränkungen

- Verkaufen Sie Produkte wie Textilien, Lebensmittel, Heilmittel oder Elektrogeräte? Hier gelten **erweiterte Kennzeichnungspflichten**. Bitte lassen Sie sich rechtsanwaltlich bezüglich der Erfüllung aller einschlägigen Vorschriften der Einzelheiten der Produktbeschreibungen beraten, wenn Sie Zweifel haben, ob der Vertrieb Ihrer Waren besonders reguliert ist.
- Verkaufen Sie **FSK- oder USK-Artikel** (z. B. Filme, Computerspiele)? Hier gelten strenge Anforderungen an die Alterskontrolle. Bitte stellen Sie sicher, dass die Lieferung von USK18- oder FSK18-Produkten nur unter Verwendung eines anerkannten AVS (http://www.jugendschutz.net/avs) erfolgt. Alle anderen (nicht offiziell anerkannten) Alterskontrollmechanismen sind mit Risiken verbunden.
- Für den **Versand von Alkohol** gibt es noch keine anerkannten Alterskontrollstandards. Wir empfehlen, auch hier im Zweifel ein unter http://www.jugendschutz.net/avs gelistetes System zu verwenden. In jedem Fall muss durch PostIdent- oder gleichwertige Verfahren eine persönliche Übergabe an den Volljährigen sichergestellt sein.

Preistransparenz, Versandkosten und Zusatzkosten

§ 312d Abs. 1 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 1 Nrn. 4-7 EGBGB, Preisangabenverordnung (PAngV), Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

- Bei Preisangaben muss ein Hinweis jeweils in unmittelbarer Nähe des Preises erfolgen, **dass die MwSt. enthalten ist und ob Versandkosten anfallen**. Fallen Versandkosten an, ist deren Höhe anzugeben, soweit diese vernünftigerweise im Voraus berechnet werden können. Wird der Hinweis: „Preis inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten <direkter Link auf Versandkostenaufstellung>" nicht gegeben, bevor der Bestellvorgang eingeleitet wird (spätestens auf Seiten mit Warenkorb-Button), kann dies abgemahnt werden.
- Der **Link auf die Versandkosten** muss bspw. durch Unterstreichen ohne weiteres **als solcher erkennbar** und eindeutig bezeichnet sein (sog. „sprechender Link“).
- Soweit Sie Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbieten, müssen ggf. auch der Preis je Mengeneinheit (**Grundpreis, z. B. Preis pro Liter**) neben dem Gesamtpreis angegeben werden, und zwar nicht nur auf der Produktdetailseite, sondern an jeder Stelle, an welcher der Gesamtpreis angegeben wird, damit der Grundpreis und der Gesamtpreis immer auf einen Blick wahrgenommen werden können.
- Soweit Sie mit "**durchgestrichenen Preisen**" werben, muss klar sein, welche Bedeutung der durchgestrichene Preis hat (z. B. ehemaliger Preis, Preis beim Mitbewerber, UVP etc.).
- Meist erhebt bei **Zahlung per Nachnahme** der Zusteller vor Ort zusätzlich zum Rechnungsbetrag das sog. **"Übermittlungsentgelt" von 2,– EUR**. Über diese Zusatzkosten muss der Kunde informiert werden, sowohl auf einer Infoseite vor Einleitung des Bestellprozesses als auch auf der Bestellseite.

Lieferinformationen; Verfügbarkeit

§ 312d Abs. 1 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB, § 3 Abs. 3 i.V.m. Nr. 5 Anhang UWG, § 312j Abs. 1 BGB.

- Wollen Sie wirklich **in alle Länder der Welt verkaufen**? Falls Sie die Werbung auf alle möglichen Länder ausrichten, müssen Sie das **lokale Verbraucherschutzrecht** berücksichtigen. Zudem müssen auch die **Versandkosten** für alle belieferten Länder benannt werden.

- Für alle im Shop angebotenen Produkte müssen Sie Lieferzeiten nennen. Diese Lieferzeiten sollten bestenfalls auf der Produktseite stehen.
- Existieren aber in ihrem Shop Lieferbeschränkungen, so müssen Sie darüber spätestens bei Einleitung des Bestellvorgangs informieren.

Zahlung

§ 312d Abs. 1 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB, § 312j Abs. 1 BGB.

- Der Kunde muss spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs über die akzeptierten Zahlungsmittel informiert werden.
- Der Kunde muss über die Zahlungsbedingungen, insbesondere auch den **Zahlungszeitpunkt** informiert werden. Teilen Sie Ihren Kunden daher mit, wann bei Zahlung per Bankeinzug und Kreditkarte die Belastung des Kontos erfolgt (z. B. bei Bestellung, mit Versand der Ware, zwei Wochen nach Erhalt der Lieferung).
- Bitte beachten Sie, dass der Zeitpunkt der Zahlung ggf. **Einfluss auf den Zeitpunkt des Vertragsschlusses** und auf die Informationen hierüber hat (siehe auch unter Vertragsschluss).

Widerrufsrecht

§ 312d Abs. 1 BGB, § 312g BGB, §§ 355-361 BGB, Artikel 246a § 1 Abs. 2 und 3 EGBGB, § 4 Nr. 11 UWG, § 5a Abs. 3 Nr. 5 UWG.

- Möchten Sie das Widerrufsrecht **jedem Kunden**, also auch gewerblichen Kunden anbieten? Häufig differenziert der Text in den AGB nicht, so dass auch gewerbliche Kunden ein Widerrufsrecht haben. Dies können Sie durch den klarstellenden Zusatz über der Widerrufsbelehrung **"Verbraucher haben das folgende Widerrufsrecht"** vermeiden. Der BGH hat diese Einleitung vor der Widerrufsbelehrung als zulässig angesehen.
- Häufig finden sich **unterschiedliche Formulierungen zum Widerrufsrecht** in AGB, FAQ, Informationsseiten, Bestellverlauf etc. Dies kann abgemahnt werden und führt zu einer Verlängerung der Rückgabefrist für den Kunden. Bitte überprüfen Sie Ihre Formulierungen auf Widersprüche.
- Bitte überprüfen Sie, ob in Ihrem Portfolio Artikel enthalten sind, bei denen das **Widerrufsrecht nicht besteht** und weisen Sie in diesem Fall hierauf hin. Die Ausnahmen sind in § 312g Abs. 2 BGB abschließend geregelt, d. h. können nicht beliebig erweitert werden, wenn die Rücknahme der Ware wirtschaftlich unzumutbar erscheint. Lassen Sie sich im Zweifel unbedingt rechtsanwaltlich beraten, ob ein Produkt ausgenommen werden kann oder nicht, um Abmahnungen oder Fristverlängerungen zu vermeiden.
- Wenn Ihre Kunden die **Rücksendekosten** übernehmen sollen, müssen sie hierüber z. B. im Rahmen der Widerrufsbelehrung informiert werden.
- Wenn der Kunde die Rücksendekosten nicht tragen muss (z. B. weil Sie sich bereiterklärt haben, diese zu übernehmen oder den Kunden nicht über die Kostentragungspflicht informiert haben), darf er die Ware nach überwiegender Meinung unfrei oder per Nachnahme zurück schicken. Das hat das OLG Hamburg bestätigt und die Klausel „**Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen**“ für unzulässig erklärt.
- Von dem Kunden darf **kein Wertersatz für die Nutzung der Ware während der Widerrufsfrist,** in Rechnung gestellt werden. Einen Anspruch auf Wertersatz für einen Wertverlust der Ware haben Sie nur dann, wenn dieser **Wertverlust** auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist, der zur Prüfung der **Beschaffenheit**, der **Eigenschaften** und der **Funktionsfähigkeit** der Waren nicht notwendig war und wenn der Verbraucher korrekt über sein Widerrufsrecht unterrichtet wurde.

- Wenn Sie **Änderungen an dem gesetzlichen Muster (Anlage 1 zu Art. 246a EGBGB)** zum Widerrufsrecht vornehmen, haben Sie keine Rechtssicherheit nach Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 2 EGBGB mehr. Mit Überführung der Musterbelehrungen in das EGBGB steht dieses nun im Rang eines formellen Gesetzes und kann daher von den Instanzgerichten nicht mehr als unwirksam angesehen werden. Daher sollte unbedingt dieses Muster verwendet werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§§ 305 ff. BGB.

- Die **Abwälzung der Transportgefahr** ist im Versandhandel mit Verbrauchern seit 1. Januar 2002 explizit **untersagt** (§ 474 Abs. 2 BGB). Entscheidend ist nicht die Übergabe an das Versandunternehmen, sondern die tatsächliche Ablieferung beim Verbraucher.
- AGB-Klauseln, nach denen der Verbraucher die gelieferte Ware sofort zu kontrollieren habe (sog. Rügefristen) sind unzulässig und können abgemahnt werden.
- So genannte "**Salvatorische Klauseln**", wonach im Falle der Unwirksamkeit einer AGB-Bestimmung nicht das Gesetz, sondern eine Regelung gelten soll, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der **unwirksamen** soweit wie möglich entspricht, sind wegen Verstoßes gegen das Transparenzgebot (§ 307 Abs. 1 S. 2 BGB) zumindest im Verbraucherhandel nach ständiger Rechtsprechung unwirksam und damit überflüssig. Soweit AGB-Klauseln unwirksam sind, tritt an deren Stelle die einschlägige **gesetzliche Bestimmung** (§ 306 Abs. 2 BGB).

Vertragsschluss

- Damit im Online-Shop ein Vertrag zustande kommen kann, muss der Bestell-Button mit den Worten „**zahlungspflichtig bestellen**“ oder einer entsprechend eindeutigen Formulierung beschriftet sein. Ist die Beschriftung nicht eindeutig, kommt kein Vertrag zustande.
- Häufig sind Angaben über die **technischen Schritte zum Vertragsschluss** in AGB widersprüchlich zu Texten oder Abläufen im Bestellprozess oder in der Bestätigungs-Mail. Soll der Vertrag bspw. **erst mit Lieferung der Ware** zustande kommen, kann die Zahlungsart **Vorkasse** nicht angeboten und zur Zahlung aufgefordert werden. Der Kunde kann die Zahlungsaufforderung nach dem sog. „objektiven Empfängerhorizont“ nur so verstehen, dass er bereits zur Zahlung und Sie im Gegenzug zur Lieferung verpflichtet sind, womit ein **Vertrag zustande gekommen** ist. Die Information über die technischen Schritte zum Vertragsschluss muss auch **an die jeweilige Button-Bezeichnung angepasst** werden.
- Der Hinweis auf die **Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes** wird oft als lästig und überflüssig betrachtet. Bei Fehlen dieser Pflichtinformation kann man jedoch **abgemahnt** werden. Daher sollten Sie mit einem entsprechenden Text über dieses Thema aufklären.

E-Mail-Bestätigung

- Häufig ist in der **Bestätigungs-Mail die Widerrufsbelehrung nicht oder nur unvollständig enthalten**. Fehlt jedoch eine vollständige Widerrufsbelehrung in Textform, kann dies abgemahnt werden.
- Wenn Sie Ihre AGB dem Kunden nicht vollständig per E-Mail zuschicken, **Schicken Sie die AGB in Papierform mit der Lieferung zu**? Der alleinige Hinweis auf die AGB per Link ist nicht ausreichend, weil der Kunde diese gemäß § 312f Abs. 2 BGB spätestens bis zu Lieferung in auf einem dauerhaften Datenträger erhalten muss.

V Grundlagenwissen

1 Kundenkreis, Liefergebiet und Vertriebsform

R1 Folgende Punkte sollte Ihr Online-Shop bezogen auf den Kundenkreis, das Liefergebiet und die Vertriebsform erfüllen:

- ☐ Klare Trennung zwischen B2C- und B2B-Verkauf (empfohlen)
- ☐ Bei B2B ein deutlicher Ausschluss des Verkaufs an Verbraucher und Kontrolle der Unternehmereigenschaft
- ☐ Klare Begrenzung des Liefergebietes
- ☐ Nennung der Versandkosten aller belieferten Länder
- ☐ Erteilung von Informationen über Zölle und Gebühren bei Lieferung in Nicht-EU-Länder
- ☐ Bei der Vermittlung von Verträgen: Nennung des Vertragspartners
- ☐ Bei Reiseveranstaltern: Beachtung zusätzlicher Informationspflichten
- ☐ Bei online erbrachten Dienstleistungen: Hinweis auf die Kosten des Fernkommunikationsmittels, sofern sie über die üblichen Grundtarife, mit denen der Kunde rechnen muss, hinausgehen

1.1 Firmenkunden oder Privatkunden

R2 Der Online-Handel mit **gewerblichen Kunden** unterscheidet sich grundlegend vom Online-Handel mit privaten Endkunden. Gegenüber Kaufleuten **kann eine weitgehende Risikoverlagerung zugunsten des Verkäufers vereinbart** werden oder ist ohnehin schon der gesetzliche Normalfall, z. B. Übergang der Transportgefahr im B2B-Versandhandel nach § 447 BGB, handelsrechtliche Rügeobliegenheit nach § 377 HGB, weitgehende Dispositionsfreiheit hinsichtlich vertraglicher Vereinbarungen sowie die Möglichkeit unter Kaufleuten, Rechtswahl- und Gerichtsstandsvereinbarungen zu treffen.

1.1.1 Verkauf an Gewerbetreibende

R3 Gegenüber gewerblichen Kunden müssen weit weniger Informationspflichten erfüllt werden als gegenüber Privatkunden, und es kann per Vereinbarung auf bestimmte Informationen verzichtet werden. **Möglich sind z.B. auch Nettopreisangaben.** Werden nur Nettopreise angegeben, muss bei dem Warenangebot (z.B. in der Kopfzeile der Produktübersichtsseite) ein deutlicher Hinweis erfolgen, dass sich Angebot nur an Gewerbetreibende richtet. Dafür sei ein **Hinweis in AGB** „Wir verkaufen ausschließlich an Gewerbetreibende, ein Widerrufsrecht wird deshalb ausgeschlossen“ allerdings **unzureichend**, so das OLG Hamm. Diese Beschränkung sei für die Erwerber nicht transparent und klar genug und leicht zu übersehen. Zudem muss sichergestellt werden, dass nur an Gewerbetreibende geliefert wird, indem ein Gewerbenachweis verlangt wird (OLG Hamm, LG Kiel). Die Unlauterkeit einer Werbung hänge auch **nicht** davon ab, welche **subjektiven Vorstellungen** der Händler mit seiner Werbung verbunden hatte (kein Verkauf an Privatkunden), sondern ob die Werbung objektiv zur Absatzförderung an Privatkunden geeignet ist, so das OLG Karlsruhe.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

M1 Begrenzung des Kundenkreises

Dieses Angebot ist ausschließlich für Industrie, Handwerk, Handel und die freien Berufe bestimmt. Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

1.1.2 Vermischungen vermeiden

R4 Der Handel mit **Endverbrauchern** hingegen ist weitgehend reguliert. AGB machen hier nur bedingt Sinn, vielmehr kommt es auf eine akribische **Beachtung von Informationspflichten** und weiteren Verbraucherschutzvorschriften an. Eine Vermischung von Geschäfts- und Privatkundenbereich ist daher nicht optimal und kann in bestimmten Fällen sogar wettbewerbswidrig sein, z. B. wenn durchgängig nur Nettopreise angegeben werden. Schließlich werden AGB, die für Firmen- und Endkunden gleichzeitig gelten sollen, schnell unübersichtlich und damit intransparent.

1.1.3 Klare Trennung empfehlenswert

R5 Es empfiehlt sich in jedem Fall eine klare **Trennung von Geschäfts- und Privatkundenbereich**. Wenn dies technisch nicht realisierbar ist, sollte auf Preisangaben, Informationspflichten und AGB ein besonderes Augenmerk gelegt werden.

Wann ist ein Kunde „Verbraucher“?

Ob eine Bestellung zu überwiegend privaten oder gewerblichen Zwecken dient, hängt nach § 13 BGB vom **objektiven Zweck des Rechtsgeschäfts** ab. Ein Vorstand einer AG kann also sowohl gewerblicher als auch privater Kunde sein, je nach Zweck des Rechtsgeschäfts. Relativ klar liegt der Fall, wenn die Ware **eindeutig privaten Zwecken** dient, z. B. ein Rechtsanwalt bestellt ein Paar Turnschuhe. Es schadet auch nicht, dass die Kanzlei als Lieferanschrift angegeben wird. Klar ist die Rechtslage auch, wenn Ware bestellt wird, die zu **eindeutig gewerblichen Zwecken** dient, z.B. Arzt bestellt ein Röntgengerät. Schwierig sind die Fälle, in denen Produkte bestellt werden, die **sowohl privaten als auch gewerblichen Zwecken** dienen können, z.B. ein Architekt bestellt eine Digitalkamera, die privat, aber auch beruflich genutzt werden könnte.

Hier können einige **Indizien für ein rein gewerblichen Handeln** (und damit kein Widerrufsrecht) sprechen, z.B. Angabe einer **Firma** als Besteller, Zahlung über ein **Firmenkonto**. Insbesondere die Zahlung über ein Firmenkonto ist ein starkes Indiz für gewerbliches Handeln (AG Münster, a.A. AG München). Weniger aussagekräftig ist allerdings die Lieferung an eine Firmenadresse, denn dies kann auch deshalb gewünscht sein, weil an der Privatanschrift tagsüber niemand zu Hause ist, um Pakete entgegen zu nehmen (AG Hamburg-Wandsbeck). Der **Kunde** ist als derjenige, der sich auf das für ihn günstige Widerrufsrecht beruft, für das **Vorliegen seiner Verbrauchereigenschaft beweispflichtig.**

Bei einem Kauf über eBay ist entscheidend, wer bei dem Account als Nutzer angemeldet ist (OLG Koblenz). Schließt der Geschäftsführer einen Vertrag über den **eBay-Account der GmbH** ab, so handelt er als gewerblicher Käufer.

Der **BGH** entschied in einem Grundsatzurteil, dass eine natürliche Person, die sowohl als Verbraucher als auch als Unternehmer am Rechtsverkehr teilnimmt, lediglich dann nicht als Verbraucher anzusehen ist, wenn dieses Handeln **eindeutig und zweifelsfrei ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit** zugeordnet werden kann. Der Verbraucher trägt zwar grundsätzlich die Darlegungs- und Beweislast dafür, dass nach dem von ihm objektiv verfolgten Zweck ein seinem privaten Rechtskreis zuzuordnendes Rechtsgeschäft vorliegt. Unsicherheiten und Zweifel aufgrund der äußeren, für den Vertragspartner erkennbaren Umstände des Geschäfts gehen jedoch nach der Rechtsprechung des BGH nicht zu Lasten des Verbrauchers. So ist ein Kunde auch dann als Verbraucher anzusehen, wenn er sich eine Alarmanlage in seiner **Privatwohnung installieren** lässt, die **Rechnung**

aber an seine **Geschäftsadresse** gehen soll. Ein dadurch möglicherweise geplanter Betrug des Finanzamtes hat keine Auswirkungen auf die zivilrechtliche Beurteilung der Verbrauchereigenschaft, entschied im Anschluss an den BGH das AG Bonn.

Das KG Berlin entschied, dass es für die **Einstufung des Kunden als Unternehmer** nicht ausreichend ist, wenn dieser bei der Erstbesichtigung eines Fahrzeuges eine Visitenkarte an den Verkäufer übergibt, die ihn als **Mitarbeiter einer GmbH & Co KG** ausweist. In dem konkreten Fall schloss das Kammergericht aus den weiteren Umständen, dass der Käufer Verbraucher war. So hatte er das gekaufte Fahrzeug unter anderem auf sich persönlich zugelassen und nicht auf seine Arbeitgeberin.

Das OLG Karlsruhe entschied, dass der **Käufer als Unternehmer** einzustufen ist, wenn im Bestellformular handschriftlich „**Handelsvertreter** S." als Käufer eingetragen ist. Die Einstufung, ob der Käufer Verbraucher oder Unternehmer sei, müsse nach objektiven Kriterien erfolgen.

1.2 Deutschland, EU oder weltweit

1.2.1 Unerwünschte Auslandslieferungen vermeiden

R6 Wenn Sie Ihre Website auch in **englischer Sprache** anbieten und das Liefergebiet nicht explizit beschränken, müssen Sie damit rechnen, Bestellungen aus der ganzen Welt zu erhalten. Ähnlich liegt der Fall, wenn Sie in deutscher Sprache eine **unbegrenzte Länderauswahl** (z.B. in der Dropdown-Box im Bestellprozess) haben bzw. **Versandkosten für verschiedene Länder** nennen. Daher sollte der Händler den Versand in andere Länder ausdrücklich ausschließen und auch die Nennung mehrerer Länder in der Bestellmaske vermeiden, wenn er nicht ins Ausland zu liefern beabsichtigt. Ein EU-weites oder weltweites Angebot kann zu Problemen führen, denn in anderen Ländern gelten andere Rechtsordnungen, die Sie beachten müssen. Wenn Sie sich nicht mit ausländischem Wettbewerbsrecht oder abweichendem Verbrauchervertragsrecht beschäftigen wollen, sollten Sie das **Liefergebiet klar begrenzen** (z.B. auf der Produktseite). Auch sollte die Länderauswahl bei der Kundendatenerhebung nicht alle möglichen Länder enthalten.

R7 Folgende **Risiken und Besonderheiten** sind bei einer Ausrichtung auf andere Länder verbunden:

- Wenn Sie keine **Rechtswahl** treffen, gilt das Recht des Landes, in dem der bestellende Verbraucher seinen Wohnsitz hat, das Sie in vielen Fällen nicht genau kennen. Dem Verbraucher kann aber auch durch eine Rechtswahl ein höherer nationaler Verbraucherschutzstandard nicht entzogen werden, er kann sich die jeweils günstigsten Rechte heraussuchen. Die Klausel „**Es gilt deutsches Recht**" ist daher beim grenzüberschreitenden Handel mit Verbrauchern unwirksam (OLG Oldenburg).

R8 Der Verbraucher kann Sie bei einer Ausrichtung auf andere Länder immer an seinem Heimatort verklagen, denn nach Art. 18 Abs. 1 EuGVVO gilt ein **besonderer Gerichtsstand für Verbraucherverträge**.

Liefergebiet begrenzen oder informieren

Wollen Sie wirklich **in alle Länder der Welt** verkaufen? Falls Sie die Werbung auf alle möglichen Länder ausrichten, müssen Sie das **lokale Verbraucherschutzrecht** berücksichtigen, das nicht (vollständig) Gegenstand der Trusted Shops Prüfung ist. Zudem müssen auch die Versandkosten für alle belieferten Länder benannt werden (OLG Hamm, LG Bochum). Das Gericht entschied, die Nichtangabe von Auslandsversandkosten sei immer wettbewerbswidrig. Bestehen Lieferbeschränkungen muss darüber spätestens bei Einleitung des Bestellvorgangs informiert werden, § 312j Abs. 1 BGB.

R9 Der EuGH entschied, dass es nicht darauf ankommt, ob ein Vertrag zwischen Verbraucher und Unternehmer im Fernabsatz auch wirklich geschlossen werden muss, um von einer Ausrichtung (Art. 17 Abs. 1 lit. c EuGVVO) auszugehen. Es genügen vielmehr auch **„passive" Websites, z.B. Werbeseiten unter einer ausländischen Domain**, um eine Ausrichtung zu bejahen. Daher macht es u.U. Sinn, bei nur wenigen Auslandsbestellungen diese individuell per E-Mail abzuschließen statt automatisiert über ein Shop-System, um sich nicht mit einer Vielzahl von Rechtsordnungen auseinander setzen zu müssen. In seinem Urteil hat der EuGH eine Reihe von Kriterien aufgestellt, mit deren Hilfe die Frage des **Ausrichtens auf andere Mitgliedsstaaten** beantwortet werden soll. Der Gerichtshof unterscheidet zwischen „offensichtlichen Anhaltspunkten" und weiteren:

- **Offensichtliche Anhaltspunkte**
  - Angabe, dass die Dienstleistungen oder Produkte in einem oder mehreren namentlich genannten Mitgliedstaaten angeboten werden,
  - Schalten von Anzeigen in Suchmaschinen in verschiedenen Mitgliedstaaten,
- **Weitere Kriterien**
  - internationalen Charakter der fraglichen Tätigkeit, wie bestimmter touristischer Tätigkeiten
  - die Angabe von **Telefonnummern mit internationaler Vorwahl**
  - die Verwendung einer anderen **TopLevelDomain** als dem des Mitgliedstaates, in dem der Unternehmer niedergelassen ist, also z. B. ".de" oder ".es"
  - die Verwendung einer neutralen TopLevelDomain wie z. B. **".com"**
  - **Anfahrtsbeschreibungen** von einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten aus zum Ort der Dienstleistung oder
  - die **Erwähnung internationaler Kundschaft**, die sich aus in verschiedenen Mitgliedstaaten wohnhaften Kunden zusammensetzt, insbesondere durch die Wiedergabe von Kundenbewertungen
  - Möglichkeit, eine **andere Sprache** zu wählen, deutet darauf hin, dass der Unternehmer auch ins Ausland liefern will, die Sprache allein ist jedoch kein hinreichendes Indiz, da eine spanische Website sich z. B. auch an Spanisch sprechende Verbraucher mit Sitz in Deutschland richten kann.

M2 Begrenzung des Liefergebietes

Die Lieferung unserer Artikel kann nur innerhalb Deutschlands erfolgen.

1.2.2 Verbraucherrechterichtlinie

R10 Im Jahr 2011 wurde die Richtlinie über Rechte der Verbraucher (sog. Verbraucherrechterichtlinie) verabschiedet, mit der die Fernabsatzrichtlinie und die Haustürwiderrufsrichtlinie zusammengefasst wurden. Um der Rechtszersplitterung entgegenzuwirken, bewirkt die Richtlinie eine Vollharmonisierung, d. h. die Mitgliedsstaaten dürften keine anderweitigen Regelungen in diesem Bereich erlassen. Außerdem wurde mit der Richtlinie die sog. Button-Lösung eingeführt, die in Deutschland bereits seit 1. August 2012 gilt. Am 13. Juni 2014 trat dann das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in Deutschland in Kraft, mit dem die deutschen Vorschriften an die europäischen Vorgaben angepasst wurden.

1.2.3 Vollharmonisierung

R11 Mit der Richtlinie werden die Vorschriften über Fernabsatzverträge in allen Mitgliedstaaten harmonisiert. Unter anderem betrifft dies die folgenden Punkte:

- einheitliche **14tägige Widerrufsfrist** in allen Mitgliedstaaten
- Der **Widerruf** muss vom Verbraucher **ausdrücklich erklärt** werden, die kommentarlose Rücksendung der Ware reicht nicht mehr aus
- „**Muster-Widerrufsbelehrung**“ ist für alle EU-Staaten gleich
- Der Verbraucher kann in Zukunft zur Erklärung seines Widerrufs das sog. „**Muster-Widerrufsformular**“ verwenden. Der Unternehmer ist verpflichtet, dem Verbraucher dieses Formular zur Verfügung zu stellen.
- Die **Rücksendekosten** werden in Zukunft im Falle eines Widerrufes grundsätzlich **vom Verbraucher getragen**, vorausgesetzt der Unternehmer hat den Verbraucher über die Kostentragung ordnungsgemäß unterrichtet. Dem Unternehmer steht es jedoch frei, die Rücksendekosten freiwillig zu tragen
- Bei nicht paketversandfähiger (Speditions-) Ware ist die **Höhe der Rücksendekosten** in der Widerrufsbelehrung konkret zu nennen
- Die Ausnahmen vom Widerrufsrecht sind erweitert und modifiziert worden (neu z. B. entsiegelte **Hygieneprodukte**, **alkoholische Getränke**)
- Dem Verbraucher muss mindestens ein gängiges und zumutbares **unentgeltliches Zahlungsmittel** zur Verfügung gestellt werden

1.3 Dienstleistung, Vermittlung, Reisen

R12 Auch wenn Reisen umgangssprachlich „verkauft“ werden, gelten hier andere Regeln als bei Warenlieferungen. Das vorliegende Handbuch ist speziell für Warenlieferungen konzipiert. Daher soll im Folgenden nur kurz auf die Besonderheiten des „Reiseverkaufs“ eingegangen werden.

R13 Als **Reiseveranstalter** müssen Sie eine Reihe zusätzlicher Informationspflichten erfüllen, z. B. sämtliche Aufenthaltsorte, genaue Zeiten und Art der Verpflegung nennen. Weiterhin müssen Sie Ihre Kunden über die Möglichkeit des Abschlusses einer Reiserücktrittsversicherung sowie Pass- und Visumserfordernisse aufklären. Die einzelnen Pflichten ergeben sich aus §§ 4 – 11 der BGB-InfoV. Die meisten Informationen muss der Kunde auch nach der Buchung noch einmal schriftlich erhalten.

R14 Wenn Sie Reisen nicht selbst veranstalten, sondern **Reisevermittler** sind, müssen Sie Ihre Kunden klar informieren, wer Vertragspartner ist. Ist beim Abschluss eines Reisevertrages im Internet der Reiseveranstalter nicht eindeutig erkennbar, so ist dies der nach außen hin auftretende Reisevermittler (LG München). Zudem muss der Kunde Gelegenheit haben, die Vertragsbedingungen des Reiseveranstalters vor der Buchung zur Kenntnis zu nehmen. Entsprechendes gilt, wenn Sie den Abschluss von Verträgen über Warenlieferungen, Mobilfunkdienstleistungen o.ä. vermitteln und nicht Vertragspartner hinsichtlich der Hauptleistung sind. Der Kunde muss vor der Bestellung wissen, wer sein **Vertragspartner** ist und welche **Vertragsbedingungen** gelten sollen. Ein Verschweigen des Leistungsträgers und dessen Konditionen ist im Online-Handel mit Endverbrauchern nicht zulässig.

R15 Werden online Reisedienstleistungen angeboten, müssen die Anbieter **nicht alle fernabsatzrechtlichen Pflichten** erfüllen. Für diese Angebote gelten neben dem Reiserecht nur die Pflichten aus § 312a Abs. 1, 3, 4 und 6 BGB. Dies sind folgende:

- Nennung der Identität und des geschäftlichen Zweckes bei Anrufen beim Verbraucher
- Kostenpflichtige **Zusatzleistungen dürfen im Online-Shop nicht vorangekreuzt sein** (z. B. Reiserücktrittsversicherungen, Parkplatz am Flughafen etc.)
- Einschränkung der Zulässigkeit von Zusatzkosten für eine bestimmte Zahlungsart

R16 Erfüllt der Unternehmer die letzten beiden Pflichten nicht, muss der Verbraucher das Entgelt nicht bezahlen, so heißt es in Art. 22 der Richtlinie. Der deutsche Gesetzgeber hat aber bestimmt, dass eine solche Vereinbarung unwirksam ist und damit nicht Vertragsbestandteil wird, die Wirksamkeit des übrigen Vertrages aber nicht berührt wird.

R17 Sofern Sie nicht Waren verkaufen, sondern **Dienstleistungen** anbieten, gelten einige Besonderheiten. So wurde die Regelung zum Erlöschen des Widerrufsrechts bei Dienstleistungen erneut geändert. Gemäß § 356 Abs. 4 BGB erlischt das Widerrufsrecht bei einem Vertrag über Dienstleistungen, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat und mit der Ausführung der Dienstleistung erst begonnen hat, nachdem der Verbraucher dazu seine ausdrückliche Zustimmung gegeben hat und gleichzeitig seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert.

R18 Weiterhin müssen Sie bei **online erbrachten Dienstleistungen** vor Vertragsschluss über Kosten aufklären, die Ihrem Kunden durch die Nutzung der Fernkommunikationsmittel entstehen, sofern sie über die üblichen Grundtarife, mit denen der Kunde rechnen muss, hinausgehen (z. B. kostenpflichtige Rufnummern). Solche kostenpflichtigen Nummern dürfen aber nicht für telefonische Nachfragen, die in Zusammenhang mit einem bereits geschlossenen Vertrag gestellt werden, angeboten werden.

R19 Schließlich gilt für Dienstleistungen nicht Kaufrecht, sondern je nach Art der Dienstleistung meist eine Mischung aus den verschiedenen gesetzlich geregelten Vertragstypen (sog. typengemischte Verträge, z. B. Mischung aus Dienstvertragsrecht, Mietrecht, Werkvertragsrecht etc.) Insbesondere bei Leistungsstörungen ist wichtig zu wissen, welches Gewährleistungsrecht Anwendung findet. Lassen Sie sich daher im Vorfeld von einem Rechtsanwalt Ihres Vertrauens beraten.

R20 Lässt sich ein Vertrag nicht klar als Dienstleistungs- oder Kaufvertrag abgrenzen, so kommt es bei der Einstufung dieses Vertrages darauf an, welcher Teil des Vertrages den Hauptteil ausmacht. So soll nach Auffassung der EU-Kommission ein Vertrag über die Lieferung einer neuen Küche inkl. Aufbau der Küche beim Verbraucher ein Kaufvertrag sein. Dagegen soll ein Vertrag über einen Trainingskurs, bei dem auch ein Handbuch an den Teilnehmer geschickt wird, ein Dienstleistungsvertrag sein.

2 Rechtliche Texte

R21 Diese rechtlichen Vorgaben sollte Ihr Online-Shop einhalten:

- ☐ Erteilung aller gesetzlich vorgegebenen Informationen (Einzelheiten in den folgenden Kapiteln)
- ☐ Wirksame Einbeziehung aller Vereinbarungen
- ☐ Einholung der Einwilligung des Kunden, wenn diese datenschutzrechtlich erforderlich ist (z. B. Newsletter, Bonitätsprüfung)
- ☐ Verwendung des Double-Opt-In-Verfahrens als Einwilligung (empfohlen)
- ☐ Vollständige Informationstexte vor dem bzw. im Bestellablauf
- ☐ Vollständige allgemeine Informationsseiten
- ☐ Links zu den allgemeinen Informationsseiten auf allen Seiten platziert
- ☐ Klare Bezeichnung aller Links („sprechende Links“)

2.1 Informationen

R22 Sie müssen dem Verbraucher eine Vielzahl von **Informationen zur Verfügung stellen,** und zwar **vor Abgabe der Bestellung** und noch einmal **nach der Bestellung auf einem dauerhaften Datenträger** (§ 312f Abs. 2 BGB). Alle zu erfüllenden Informationspflichten aus Art. 246a §§ 1 bis 3 EGBGB werden auch Inhalt des Vertrages und stellen damit gleichzeitig auch Vereinbarungen dar (§ 312d Abs. 1 BGB). Auch wenn Ihre Kunden nicht das Shopsystem nutzen, sondern **per E-Mail, Telefon oder Fax bestellen**, gelten die gesetzlichen Informationspflichten. Wichtige Informationen sind:

- Informationen zum **Shop-Betreiber und Verkäufer** (z. B. Firma, Anschrift, E-Mail-Adresse)
- **Datenschutzinformationen** (z. B. Verwendungszwecke, Datenweitergabe, Einsatz von Cookies)
- **Produktinformationen** (z. B. Wareneigenschaften, Bruttopreise, evtl. Grundpreise)
- **Zahlungsinformationen** (z. B. Zahlungsarten, Zahlungszeitpunkt, Zahlungsbedingungen)
- **Lieferinformationen** (Liefergebiet, Lieferzeiten, Zölle, Steuern)
- Informationen zum **Widerrufsrecht** (z. B. Widerrufsfrist, Rücksendekosten)
- Informationen zum **Bestellvorgang** (z. B. Korrekturmöglichkeiten, Vertragsschlussinformation, Speicherung und Einsehbarkeit des Vertragstextes)

2.2 Vereinbarungen

R23 Alle Informationen, die dem Verbraucher erteilt werden, werden auch Vertragsbestandteil und sind somit gleichzeitig Vereinbarungen. Darüber hinaus gibt es aber noch weitere Vereinbarungen, z. B. in AGB, die nicht von den gesetzlichen Informationspflichten erfasst werden. Wenn derartige Vereinbarungen nicht getroffen werden, gilt das Gesetz. Solche Vereinbarungen müssen wirksam in den Vertrag einbezogen werden. Typische Vereinbarungen im Online-Handel, die über die gesetzlichen Infopflichten hinausgehen, mit Endverbrauchern sind:

- **Eigentumsvorbehalt**
- **Rechtswahlklauseln** soweit zulässig (bei gezieltem Auslandsvertrieb)

2.3 Einwilligungen

R24 Einwilligungen sind vor allem im Bereich der Datenerhebung und -verwendung **datenschutzrechtlich,** aber auch im Bereich des **Widerrufsrechts bei Dienstleistungen vorgeschrieben**. Eine elektronische Einwilligung im Online-Shop muss immer ausdrücklich erfolgen und kann nicht durch bloße Einbettung in die AGB oder die Datenschutzerklärung eingeholt werden. Der Kunde muss ausdrücklich einwilligen, z. B. durch Betätigung einer Checkbox (Opt-In). Dabei ist für jede einzuholende Einwilligung eine separate Checkbox vorzusehen. Wichtige Anwendungsbereiche der Einwilligung sind:

- **E-Mail-Newsletter** (Werbe-, Geburtstags- oder Weihnachts-Mails, Bewertungsbitte)
- **Registrierung** (Eröffnung eines Kundenkontos)
- **Datenweitergabe** (sofern sie nicht zur Vertragserfüllung erfolgt)
- **Nutzerprofilerstellung** (Systematische Aufbereitung von Kundendaten zur gezielten Werbeansprache)
- **Langzeit-Cookies** (dauerhafte Speicherung von personenbezogenen Daten)
- **Bonitätsprüfung** (sofern kein „berechtigtes Interesse“ vorliegt)

Keine E-Mail-Werbung ohne Einwilligung

Der Versand von **Werbe-E-Mails** ist ohne Einwilligung des Empfängers unzulässig. Dabei spielt keine Rolle, ob die Werbung an **private oder gewerbliche Kunden** geschickt wird.

Dies gilt auch, wenn eine **Tell-a-Friend-Funktion** verwendet wird und Sie die Anmeldung zu Werbung per Mail durch den Empfänger nicht beweisen können. Nachdem bereits mehrfach die Instanzgerichte diese Art der Werbung für unzulässig betrachtet haben, hat auch der BGH diese Auffassung bestätigt.

Double-Opt-In ist sicherstes Verfahren

Die Rechtsprechung hält das **Double-Opt-In** Verfahren bei Newsletter-Anmeldungen für zulässig, da der Versender einer Werbe-Mail die Beweislast für das Vorliegen der Einwilligung trägt (LG Dresden). Das AG Hamburg entschied ausdrücklich, dass die „Opt-In"- und „Confirmed Opt-In"-Methoden nicht verhindern können, dass der Empfänger ungewollt E-Mails bekommt. Nur die „Double Opt-In"-Methode sei im rechtlichen Sinne geeignet, das Einverständnis des Empfängers beweisbar einzuholen. Die „Check-Mail" darf aber nicht bereits Werbung enthalten (LG Berlin).

Eine Ausnahme machte jedoch das **OLG München.** Es entschied, dass der Nachweis in einem Prozess, dass stets das **Double-Opt-In-**Verfahren genutzt wird, nicht ausreicht. Vielmehr muss im konkreten Fall nachgewiesen werden, dass durch den Empfänger eine Anmeldung tatsächlich erfolgte. Gelingt dies nicht, ist **die Zusendung der Confirmation-Mail unzulässig**, da diese bereits unter den Werbebegriff aus § 7 Abs. 3 Nr. 3 UWG fällt. Dieser Auffassung hat jedoch das OLG Celle zu Recht widersprochen.

An **Bestandskunden** dürfen Sie ohne explizite Einwilligung nur unter strengen Voraussetzungen E-Mail-Werbung verschicken (E-Mail-Adresse durch Einkauf erhalten, Werbung nur für eigene ähnliche Waren, kein Widerspruch des Kunden und Hinweis auf Widerspruchsrecht bei Erhebung und Verwendung der E-Mail-Adresse, vgl. § 7 Abs. 3 UWG).

2.4 Hinweise im Bestellverlauf

R25 An welcher Stelle Sie im Bestellverlauf Informationen erteilen, auf Bedingungen hingewiesen und Einwilligungen einholen müssen, hängt stark von der Konzeption Ihres Online-Shops ab. Wichtige Stellen sind

- **Produktübersichtsseiten** (Auflistung der Produkte ohne Details)
- **Produktdetailseiten** (Beschreibung eines Produktes in den Einzelheiten)
- **Warenkorbseiten** (Aufstellung der vorgemerkten Produkte, Versandkosten etc.)
- **Dateneingabeseiten** (Erhebung der Kundendaten, Registrierung, Newsletter-Anmeldung),
- **Bestellseiten** (Zusammenfassung der Bestellung, Bestell-Button)
- **Allgemeine Informationsseiten** (Sammlung verschiedener Informationen)
- **Allgemeine Geschäftsbedingungen** (Bedingungen, die getroffen werden können aber nicht müssen)

2.5 Allgemeine Informationsseiten

R26 Neben vollständigen Informationstexten im Bestellverlauf (Produktübersichtsseiten, Produktdetailseiten, Dateneingabeseiten, Bestellseiten) sollten zusätzlich **allgemeine Informationsseiten** vorhanden sein. Folgende Seiten **sollten unbedingt verwendet** und von allen Seiten aus verlinkt werden:

- **Impressum** für Informationen zum Shop-Betreiber und Verkäufer, evtl. zusätzlich **Kontakt** für Kontaktformulare, Telefonnummern, E-Mail für Serviceanfragen etc.
- **Datenschutz** oder **Datenschutzerklärung** für allgemeine Datenschutzinformationen
- **Kundeninformationen, Hilfe** oder **Info-Center** für Zahlungsinformationen, Lieferinformationen, Informationen zum Vertragsschluss etc.
- **Widerrufsrecht** für Informationen zum Widerrufsrecht, Musterwiderrufsformular
- **AGB**, wenn Regelungen getroffen werden (Kundeninformationen können enthalten sein)

M3 Links auf allen Seiten
Impressum | Datenschutz | Kundeninformationen | Widerrufsrecht
ODER
Impressum | Widerrufsrecht | Datenschutz | AGB | Kontakt
ODER
Impressum | Datenschutz | Widerrufsrecht | AGB & Info
ODER
Impressum | Datenschutz | AGB und Widerrufsrecht | Hilfe | Kontakt

R27 Darüber hinaus macht es Sinn, **spezielle Informationen** auf gesonderte Seiten aufzunehmen oder einzelne Abschnitte allgemeiner Informationsseiten mittels eines „sprechenden Links“ (Ankerverweis) zu verknüpfen.

2.5.1 Wann ist ein Link sprechend?

R28 **Nicht ausreichend** sind **unklare Linkbezeichnungen**, z. B. „backstage“ als Impressumslink. Ebenfalls **nicht ausreichend** ist es, wenn der Hinweis, welche Informationen bei Klick auf den Link abgerufen werden können bzw. dass es sich überhaupt um einen Link handelt, in einem **sog. Mouseover-Effekt** versteckt sind, da es dann vom Zufall abhängt, ob der Kunde diesen Link überhaupt wahrnimmt (OLG Frankfurt, LG Bochum, LG Hamburg). Ein Link auf die vollständige Widerrufsbelehrung reicht nur aus, wenn die **Kennzeichnung des Links hinreichend klar** erkennen lässt, dass überhaupt eine Widerrufsbelehrung aufgerufen werden kann (OLG Frankfurt). Der Kunde darf die **Bestellung nicht abschließen können, ohne auf das Widerrufsrecht hingewiesen worden zu sein**.

R29 Folgende Kriterien muss ein sprechender Link erfüllen:

1. Der Link ist als solcher **deutlich erkennbar**.
2. Der Link ist so **bezeichnet**, dass der Verbraucher sofort erkennt, was sich dahinter verbirgt.
3. Der Link ist dort **platziert**, wo der Verbraucher in typischerweise erwartet.

3 Rechtsverstöße und Abmahnungen

R30 Mit dieser Checkliste können Sie Rechtsverstöße minimieren:

- ☐ Keine Verwendung markenrechtlich geschützter Begriffe (z. B. als Domainnamen)
- ☐ Kein unautorisierter Vertrieb von Markenprodukten
- ☐ Keine ungenehmigte Verwendung fremder Inhalte (Fotos, Produktbeschreibungen)
- ☐ Keine Verwendung fremder Marken in Meta-Tags oder AdWords
- ☐ Kein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht durch irreführende Werbung, Behinderung von Wettbewerbern u. ä.
- ☐ Keine Verwendung abmahngefährdeter AGB-Klauseln oder Formulierungen im Shop

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

3.1 Wettbewerbsrecht

R31 Bei **unlauteren Wettbewerbshandlungen** wie gezielter Behinderung von Wettbewerbern, Vorsprung durch Rechtsbruch, unzumutbarer Belästigungen oder irreführender Werbung bestehen Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche, Schadensersatzansprüche und auch Gewinnabschöpfungsansprüche (§§ 8-11 UWG). Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird vermutet, wenn eine Rechtsverletzung begangen wurde.

R32 Häufige Rechtsverstöße im Zusammenhang mit Online-Shops sind:

- fehlerhafte oder unvollständige Angaben im **Impressum** (nur Postfachadresse, keine E-Mail-Adresse)
- fehlerhafte oder unvollständige **Preisangaben** (Nettopreise im Endkundenvertrieb, keine Grundpreise bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, kein Hinweis auf MwSt. und Versandkosten)
- irreführende Angaben zur **Warenverfügbarkeit** (keine Information über Lieferzeiten, Angabe falscher Lieferzeiten)
- fehlerhafte oder unvollständige Informationen zum **Widerrufsrecht** (Hinweis nicht deutlich genug, unzulässige Einschränkungen, veraltete Belehrung)
- unzulässige Klauseln in **Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

R33 Häufige Verstöße im Zusammenhang mit Online-Shops, die aber auch im stationären Vertrieb auftauchen können, sind:

- Werbung mit **veralteter UVP**
- Preisvergleich **ohne klare Bezugsgröße** (nur durchgestrichener Preis)
- Keine oder nicht korrekte **Angabe der Energieeffizienzklasse** nach den EU-Energiekennzeichnungsverordnungen (z. B. die bloße Angabe von „B“ ohne Angabe der kompletten Skala „A (besser) bis G (schlechter)“)
- Werbung mit **Testberichten** ohne Nennung der Fundstelle
- Werbung mit **veralteten Testberichten**

3.2 Was ist eine Abmahnung?

Die Abmahnung ist **grundsätzlich ein legitimes Mittel**, einen Unterlassungsanspruch wegen einer Rechtsverletzung außergerichtlich geltend zu machen. Sie soll dem Rechtsverletzer die Möglichkeit geben, **zur Vermeidung eines Rechtsstreits** die Erklärung abzugeben, dass die beanstandete Handlung künftig unterlassen wird. Gibt er diese Erklärung ab, kann damit ein teures und aufwendiges Gerichtsverfahren gespart werden. Der Abgemahnte hat, sofern die Abmahnung berechtigt ist, dem Abmahner die Kosten der Abmahnung zu erstatten.

R34 Die Abmahnung durch einen Mitbewerber oder Verband enthält

- den **Vorwurf eines Rechtsverstoßes**, d.h. eine genaue Schilderung des beanstandeten Verhaltens und eine rechtliche Bewertung,
- eine Aufforderung, das gerügte Verhalten künftig zu unterlassen und zur Ausräumung der Wiederholungsgefahr eine **Unterlassungserklärung mit Vertragsstrafeversprechen** abzugeben
- eine (meist sehr kurze) **Fristsetzung** unter Androhung einer gerichtlichen Durchsetzung des Anspruchs, falls die Frist erfolglos verstreicht

R35 Mit der Abmahnung wird meist eine vorformulierte Unterlassungserklärung und eine Rechnung über die zu zahlenden **Rechtsanwaltskosten** verschickt. Auch Abmahnungen per E-Mail oder telefonische Abmahnungen sollten ernst genommen werden, weil eine **bestimmte Form nicht vorgeschrieben** ist. Eine per E-Mail verschickte Abmahnung gilt dann als zugegangen, wenn diese in der Firewall des Empfängers "hängen" bleibt und der Empfänger die E-Mail deswegen nicht gelesen hat (LG Hamburg). Aus Beweisgründen erfolgen Abmahnungen jedoch meistens per Post oder Fax.

R36 Ein Unterlassungsanspruch kann auch ohne vorherige Abmahnung gerichtlich durchgesetzt werden. In diesem Fall riskiert der Abmahner allerdings, dass der Anspruch sofort anerkannt wird, so dass er die **Kosten des Verfahrens** tragen muss. Daher werden Unterlassungsansprüche regelmäßig zunächst im Wege der Abmahnung geltend gemacht. Verhilft die Abmahnung dem Konkurrenten nicht zu seinem Ziel, kann er seinen Anspruch im Wege der **einstweiligen Verfügung** oder im **gerichtlichen Hauptsacheverfahren** durchsetzen. Bei Internetangeboten und Bewerbungen deutschlandweit tätiger Unternehmen können solche Klagen bzw. Anträge bei jedem Gericht in Deutschland eingereicht werden, ohne dass ansonsten ein weiterer sachlicher Grund hierfür gegeben sein muss, so das OLG Hamm (sog. **fliegender Gerichtsstand**).

R37 Im Regelfall ist der Abmahnung eine Unterlassungserklärung beigefügt. Dies ist allerdings nicht zwingend notwendig (LG Köln), der Abgemahnte kann auch zur Eigen-Formulierung einer **strafbewehrten Unterlassungsverpflichtungserklärung** aufgefordert werden. Die Unterlassungserklärung besteht regelmäßig aus folgenden Teilen:

- Die **Unterlassungsverpflichtung**, also eine Beschreibung der Handlungen, welche der Abgemahnte zukünftig unterlassen soll,
- Das Versprechen, im Falle eines Verstoßes gegen die zu unterlassende Handlung eine bestimmte Vertragsstrafe zu zahlen (**Vertragsstrafeverpflichtung**),
- Eine Aufforderung zur **Erteilung von Auskünften** üblicherweise zur Vorbereitung eines Schadensersatzanspruches,
- Eine Verpflichtung zum **Schadensersatz**, welcher üblicherweise noch nicht in der Höhe beziffert ist, da hierfür die Auskünfte des Abgemahnten nötig sind und
- Die Verpflichtung zur Zahlung der zu erstattenden **Abmahnkosten** einschließlich einer Frist, binnen derer diese zu zahlen sind.

3.2.1 Wer darf abmahnen?

R38 Abmahnungen aussprechen dürfen Mitbewerber, Wirtschafts- und Verbraucherverbände sowie die Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern. Wird die Abmahnung von einem Mitbewerber ausgesprochen, stellt sich zunächst die Frage, ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht. Dies ist auch der Fall zwischen **regional tätigen Gewerbetreibenden und Internethändlern**, da Internetangebote üblicherweise überall abrufbar sind, sodass bei gleichartigen Produkten eine Absatzkonkurrenz gegeben sei (OLG Jena). Ob die Produkte gleicher Qualität und somit eine echte Alternative sind, spielt für das Wettbewerbsverhältnis keine Rolle.

3.2.2 Kosten der Abmahnung

R39 Die Kosten einer Abmahnung und des sich evtl. anschließenden Prozesses richten sich nach dem sog. Gegenstands- oder Streitwert. Dieser wird vom Gericht nach freiem Ermessen geschätzt und richtet sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Verstoßes. Je nach Verstoß liegen die Gegenstandwerte heute zwischen 2.000,– und 20.000,– EUR. Während **Verbände** nur eine **Pauschale** in Höhe von **ca. 200,– EUR** geltend machen dürfen, ergibt sich der Kostenerstattungsanspruch von **Wettbewerbern** aus einer Gebührentabelle in Abhängigkeit dieser Gegenstandswert. Hier werden dann schnell **einige hundert Euro an Anwaltskosten** fällig.

Die Kosten, die dem Auftraggeber für die Abmahnung entstehen, sind grundsätzlich vom Abgemahnten zu erstatten, sofern die Abmahnung berechtigt war.

Kosten einer Abmahnung

Gegenstandswert	Anwaltsgebühren*
5.000,– EUR	492,54 EUR
10.000,– EUR	887,03 EUR
15.000,– EUR	1.029,35 EUR
20.000,– EUR	1.171,67 EUR

* abhängig vom Gegenstandswert, der sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung der Angelegenheit richtet. Außergerichtliche Kosten des gegnerischen Rechtsanwaltes in durchschnittlichen Fällen: 1,3 Geschäftsgebühr gem. §§ 13, 14 RVG, Nr. 2300 VV RVG, inkl. Auslagenpauschale und MwSt.

3.2.3 Rechtsmissbrauch

R40 Eine Abmahnung kann aber auch **unberechtigt** sein. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn die Geltendmachung der Unterlassungsansprüche **rechtsmissbräuchlich** erfolgte. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Abmahnung vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder Kosten der Rechtsverfolgung entstehen zu lassen. Ob ein Rechtsmissbrauch vorliegt, bedarf einer **Prüfung im Einzelfall**. Der BGH und die Instanzgerichte haben hierzu verschiedene Kriterien herausgearbeitet.

- Verhalten des Gläubigers bei der Verfolgung von Verstößen
- Art und Schwere des Verstoßes
- Verhalten des Schuldners nach dem Verstoß
- ggf. das Verhalten sonstiger Anspruchsberechtigter
- **sachfremde Ziele** des Gläubigers
- Zusammenwirken zwischen einem Anwalt und Prozessfinanzierer, sodass dem Mandanten eine **kostenfreie Verfolgung** von Unterlassungsansprüchen nebst einer **Profitmöglichkeit** angeboten wird (KG Berlin)
- **Gegenabmahnungen**, wenn nur die Generierung eines Kostenerstattungsanspruches im Vordergrund steht (LG München I, LG Bochum)
- **267 Abmahnungen** in 2 Jahren unter Missbrauch des fliegenden Gerichtstands, wenn erkennbar ist, dass ein finanzstarkes Unternehmen einen umsatzschwächeren Gegner in verwerflicher Weise in die Knie zwingen will (LG Berlin, LG München I)
- **Fehlen eines vernünftigen wirtschaftlichen Verhältnisses** von Unternehmensumsatz und Prozesskostenrisiko (LG Braunschweig, LG Berlin, LG Bückeburg, LG Bochum).
- 81 Abmahn- und Vertragsstrafeverfahren und einem Jahresumsatz von ca. 80.000,– EUR, wenn darüber hinaus in der Abmahnung ein **pauschaler Schadenersatz von 100,– EUR** geltend gemacht wird (OLG Hamm, LG Dortmund).
- Forderung der Vertragsstrafe auch für jeden Fall der **nicht schuldhaften Zuwiderhandlung** gegen die Unterlassungserklärung (BGH, LG Bochum)
- Geltendmachung der Vertragsstrafe bereits **einen Tag (hier: ein Samstag) nach Abgabe** der Unterlassungserklärung (LG Bochum)
- Verknüpfungen der Fristen zur Abgabe der Unterlassungserklärung und zur **Zahlung der Anwaltskosten**, verbunden mit dem Hinweis, dass eine Fristverlängerung in wettbewerbsrechtlichen Angelegenheiten nicht gewährt werden kann (LG Bochum, OLG Hamm, BGH).
- Ablehnung einer **modifizierten Unterlassungserklärung**, in der kein fester Betrag als Vertragsstrafe enthalten ist, sondern der sog. **Hamburger Brauch** (LG Bochum)

- Verlangen der Abgabe der Unterlassungserklärung unter Verzicht der **Einrede des Fortsetzungszusammenhangs** (LG Bochum)
- Vereinbarung einer Vertragsstrafe von 5.100,– EUR bei geringfügigem Verstoß (BGH)
- Vereinbarung des Gerichtsstandes am Sitz des Prozessbevollmächtigten des Abmahners (BGH)
- Zusammenschluss von Händler und mehreren Anwälten, um gezielt Verstöße im Internet auszuforschen und diese Ansprüche dann bei Gerichten fernab des Unternehmenssitzes gelten machen (LG Paderborn, LG Hildesheim, LG Bielefeld)
- systematisches, massenhaftes Vorgehen sowie das Vorliegen einer engen **personellen Verflechtung zwischen dem Abmahnenden und dem beauftragten Anwalt** (OLG Hamm)

R41 Stellt sich eine Abmahnung als **rechtsmissbräuchlich** heraus, hat der Abgemahnte einen **Anspruch auf Erstattung der Verteidigungskosten** gegen den Abmahner (§ 8 Abs. 4 S. 2 UWG).

3.3 Reaktionsmöglichkeiten

R42 Grundsätzlich gibt es für Online-Händler, die eine Abmahnung erhalten haben nur eine richtige Reaktionsmöglichkeit: Der Gang zum eigenen Anwalt, um sich rechtlichen Rat einzuholen. Als Antwort auf eine Abmahnung kann man dann aus verschiedenen Möglichkeiten wählen:

- die **vorformulierte Unterlassungserklärung** wird uneingeschränkt abgegeben
- es wird eine **modifizierte Unterlassungserklärung** abgegeben
- Einreichen einer **negativen Feststellungsklage**
- eine **einstweilige Verfügung vom Gericht** abwarten**.**

R43 Alle Reaktionsmöglichkeiten sind mit **erheblichen Risiken** verbunden, so dass es immer ratsam ist, einen **Rechtsanwalt** zu beauftragen. Eine Studie von Trusted Shops hat ergeben, dass Widerstand gegen Abmahnungen sich häufig auszahlt, weil Gegenstandswerte zu hoch angesetzt werden, die Unterlassungserklärung zu weit formuliert wird oder es beim Gegner auch etwas zu beanstanden gibt.

3.3.1 Uneingeschränkte Abgabe

R44 Wenn Sie die geforderte **Unterlassungserklärung uneingeschränkt** abgegeben, **verlieren Sie evtl. wirtschaftliche Freiheiten**. Sie sollten also vorher genau prüfen lassen, wie weit die Unterlassungsverpflichtung reicht, und ob Sie die Pflicht überhaupt erfüllen können. Schließlich erkennen Sie auch die geforderten **Anwaltskosten in voller Höhe** an.

3.3.2 Modifizierte Abgabe

R45 Häufig ist daher die zweite Lösung in Betracht zu ziehen, nämlich die Abgabe einer **modifizierten Unterlassungserklärung**. Derartige Änderungen sollten aber unbedingt nur nach Beratung bei einem Anwalt vorgenommen werden, da sonst die abgegebene Unterlassungserklärung womöglich nicht ausreichend ist und der Abmahner Sie dann noch immer verklagen kann.

3.3.1 Negative Feststellungsklage

R46 Ist die Abmahnung gänzlich unberechtigt, sollte Ihr Anwalt die **Abmahnung zurückweisen** und evtl. negative Feststellungsklage erheben. Durch diese kann festgestellt werden, dass der Abmahner der geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht zusteht.

3.3.2 Einstweilige Verfügung

R47 Letztlich bleibt noch die Möglichkeit, eine einstweilige Verfügung vom Gericht abzuwarten. Wird diese erlassen, muss man als Abgemahnter zwar auch die Gerichtskosten tragen, dieses Vorgehen hat jedoch den Vorteil, dass der Gegner bei einem erneuten Verstoß keinen Anspruch auf die Zahlung einer Vertragsstrafe hat. Vielmehr kann er lediglich bei Gericht die Verhängung eines Ordnungsgeldes beantragen. Dies fällt in aller Regel wesentlich niedriger aus als Vertragsstrafen und zum anderen steht dieses Geld dann nicht dem Abmahner zu.

3.4 Häufige Abmahngründe

R48 Zwei wichtige Gruppen von Abmahngründen im Internet sind einerseits **Marken- oder Urheberrechtsverletzungen** und andererseits **Wettbewerbsverstöße**. Während Marken- und Urheberrechte im Zusammenhang mit der Trusted Shops Zertifizierung keine Rolle spielen, können durch eine Zertifizierung des Online-Shops wettbewerbsrechtlicher Abmahnungen reduziert, aber nicht ausgeschlossen werden. In der Vergangenheit wurden Online-Shops häufig für Verstöße abgemahnt, die **nicht Gegenstand der überprüften Trusted Shops Kriterien** sind, sondern die mit dem konkreten Produktsortiment (Elektroartikel, FSK-Produkte) oder bestimmten Werbemaßnahmen (Preisvergleich mit UVP, Werbung mit Testberichten) zusammen hängen. Wenn Sie solche Produkte oder Werbemaßnahmen einsetzen, empfiehlt sich daher eine **Überprüfung** im Vorfeld **durch einen Rechtsanwalt**. Meist lohnt es sich, die Kosten für den eigenen Rechtsanwalt zu investieren, da eine Abmahnung durch einen fremden Rechtsanwalt meist teurer ist, Sie dann aber keinen Mehrwert haben.

R49 Vielfach ergibt sich der **Wettbewerbsverstoß** auch nicht aus verwendeten Texten auf der Website, sondern aus dem **tatsächlichen Verhalten** (z. B. Nichtverfügbarkeit der angebotenen Ware), so dass dies im Rahmen der Prüfung nicht festgestellt werden kann. Ob die Abmahnung berechtigt ist, ist dann eine andere Frage.

R50 Folgende Verstöße werden nach der Trusted Shops **Abmahnstudie 2015** besonders häufig **abgemahnt**:

Frage: Welche der folgenden Verstöße wurden bereits einmal in Ihrem Shop abgemahnt? (gestützte Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)	**Prozent**
Markenrechtsverletzung	17,67 %
Grundpreisangabe fehlt oder falsch platziert	11,33 %
Urheberrechtsverletzung (z.B. fremde Produktfotos, kopierte AGB)	9,33 %
Verwendung einer alten Widerrufsbelehrung	7,33 %
Unzureichende/nicht vorhandene Textilkennzeichnung	5,67 %
Fehlerhafte Widerrufsbelehrung	5,33 %
Fehlendes oder fehlerhaftes Muster-Widerrufsformular	4,67 %
Verwendung unzulässiger AGB-Klauseln	4,33 %
Unzureichende/nicht vorhandene Lebensmittelkennzeichnung	4,00 %
Versand von Werbung per E-Mail ohne Einwilligung des Empfängers	4,00 %
Werbung mit Siegeln oder Bewertungen, ohne dass Bedingungen klar sind	2,67 %
Testbericht: Fundstelle nicht genannt od. nicht lesbar od. Testbericht veraltet	2,33 %
Unzureichende/nicht vorhandene Energiekennzeichnung	2,33 %
Fehlerhafte Beschriftung des Bestellbuttons	2,33 %
Werbung mit Selbstverständlichkeiten	2,33 %
Impressum: fehlende oder fehlerhafte Angaben	2,00 %
Preisangaben: durchgestrichene Preise ohne Erklärung	1,67 %
Kein Hinweis auf Garantien oder unvollständige Informationen bei Garantiewerbung	1,67 %

Kein Hinweis auf gesetzliches Gewährleistungsrecht	1,67 %
Keine Telefonnummer innerhalb der Widerrufsbelehrung	1,33 %
Widerrufsbelehrung gar nicht oder falsch im Bestellprozess verlinkt	1,33 %
Unzureichende Auflistung der wesentlichen Produktmerkmale auf der Bestellseite	1,33 %
Preisangaben: Hinweis auf MwSt und/oder Versandkosten nicht korrekt	1,00 %
Fehlende oder unzureichende Angabe der Lieferzeit	1,00 %
Hinweis auf nicht mehr existierende Ausnahmen vom Widerrufsrecht	0,67 %
Unzulässige Erhebung von Gebühren für die Auswahl einer bestimmten Zahlungsart	0,33 %
Vorangekreuzte kostenpflichtige Zusatzleistungen im Bestellprozess	0,33 %

3.5 Problematische AGB-Klauseln

R51 Unzulässige AGB-Klauseln können nicht nur abgemahnt werden, sie gelten auch nicht für die Verbraucher, denn **unzulässige AGB** sind unwirksam (EuGH). Nachfolgend haben wir einige **Klauseln** zusammengestellt, die von der Rechtsprechung bereits als **unzulässig** angesehen werden.

- „Sollte ein vom Kunden bestelltes Produkt wider Erwarten trotz rechtzeitiger Disposition aus von XY nicht zu vertretenden Gründen nicht verfügbar sein, ist XY berechtigt, anstatt des bestellten Produktes **ein in Qualität und Preis gleichwertiges Produkt** zu liefern." (BGH)
- „Wir schulden nur die rechtzeitige, ordnungsgemäße Ablieferung der Ware an das Transportunternehmen und sind **für vom Transportunternehmen verursachte Verzögerungen nicht verantwortlich.**" (BGH)
- „Wenn Sie uns keinen bestimmten Wunsch mitteilen, wird der Wert der Rücksendung Ihrem **Kundenkonto gutgeschrieben** oder Sie erhalten beim Nachnahmekauf einen Verrechnungsscheck" (BGH)
- „**Teillieferungen** und Teilabrechnungen sind zulässig" (KG Berlin)
- „... ist zur **Teillieferungen** berechtigt. Bei Teillieferungen trägt ... <der Händler> die dadurch entstehenden zusätzlichen Versandkosten." (LG Regensburg)
- „Eine Übergabe an den Paketdienst erfolgt **in der Regel** 1 – 2 Tage nach Zahlungseingang, bei kundenspezifischen Anfertigungen ca. 7 Tage – 10 Tage nach Zahlungseingang. Bitte beachten Sie bei der Bestellung, dass die Lieferzeiten der Post meist bis zu 10 Tagen dauern können. Bei H… ca. 4 – 6 Tage." (KG Berlin)
- **„Voraussichtliche Versanddauer: 1-3 Werktage"** (OLG Bremen)
- „Sollte eine der Bestimmungen dieser AGB **unwirksam** oder undurchführbar sein, berührt dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Die unwirksam oder undurchführbar Bestimmung ist durch eine **wirksame und durchführbare zu ersetzen**, die den mit der unwirksamen oder undurchführbar Bestimmung verfolgten Regelungsziele am nächsten kommt. Gleiches gilt bei etwaigen Vertragslücken." (OLG Frankfurt)
- „Die **Inhalte der Webseite** werden mit größter Sorgfalt erstellt. Dennoch kann keine Garantie für Aktualität und Vollständigkeit übernommen werden." (OLG Hamburg)
- „**Wichtiger Hinweis**: Bitte senden Sie uns die Ware in der **Originalverpackung** zurück, legen Sie den beigefügten Rücksendeschein ausgefüllt dazu und verwenden Sie für die Rücksendung den Retourenaufkleber (nur für Artikel dieser Lieferung)." (OLG Hamm)
- „Als **B-Ware** werden Verkaufsartikel bezeichnet, die nicht mehr original verpackt sind, bzw. bei denen die Originalverpackung beschädigt wurde oder fehlte. Ebenfalls gehören hierzu Artikel, die nur einmal ausgepackt und vorgeführt, bzw. vom Kunden angesehen wurden,

sowie Retouren aus dem Versandhandel. Die Artikel weisen **keine oder eher geringfügige** optische Mängel (**leichte Gebrauchsspuren**) auf, die keinen Einfluss auf die Funktionsfähigkeit des Gerätes haben. Bitte beachten Sie jedoch, dass diese Artikel einer eingeschränkten Gewährleistung von einem Jahr unterliegen (s. Besondere Hinweise in § 10 unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen)". i.V.m. „Beim Kauf gebrauchter Gegenstände verjähren Ansprüche der Kunden bei Mängeln innerhalb einer Frist von einem Jahr ab Erhalt der Ware." (OLG Hamm)

- „**Lieferzeit auf Anfrage**" (OLG Hamm)
- „Der Kunde hat die angelieferten Ware **unverzüglich nach Lieferung auf Transportschäden zu untersuchen**" (OLG Hamm, LG Hamburg, LG Frankfurt a.M.)
- **Begrenzung der Gültigkeitsdauer Gutscheinen auf 1 Jahr** (OLG München)
- „Rücksendung erfolgt auf jeden Fall auf Kosten und Risiko des Käufers." (LG Bochum)
- „Die Ware kann ohne Angabe von Gründen, jedoch **unbenutzt** und **unbeschädigt** und in **Originalverpackung** innerhalb von 14 Kalendertagen nach Wareneingang beim Kunden, lt. Fernabfragegesetz, zurückgeschickt werden" (LG Dortmund)
- „Widerrufsrecht...der Käufer ist verpflichtet, die Ware in **einwandfreiem Zustand in der Original-Verpackung** und mit **Original-Rechnung** an uns zurückzusenden." und „Bei einer Rücksendung haften wir weder für Beschädigung noch Verlust der Ware." (LG Düsseldorf)
- „Die Lieferzeit ergibt sich aus dem elektronischen Katalog. **Angaben über die Lieferfristen sind unverbindlich**, soweit nicht ausnahmsweise der Liefertermin verbindlich und schriftlich zugesagt wurde" (LG Frankfurt a.M.)
- "Dem Kunden obliegt es, die Ware in der **Originalverpackung**, samt **Innenverpackung** und – soweit mitgeliefert – in einer **Antistatikhülle** zurückzusenden." (LG Frankfurt a.M.)
- "Versand auf Risiko des Käufers" (LG Landau)
- „Soweit die Transportverpackung bei Warenübergabe und die darin enthaltenen Artikel offensichtliche Beschädigungen zeigen, hat der Käufer gegenüber Firma ... **binnen 5 Werktagen** zu rügen. Anderenfalls können Ansprüche des Käufers hinsichtlich der Beschädigung unter Berücksichtigung von Treu und Glauben abgelehnt werden." und „Mängel müssen unverzüglich, **spätestens aber nach 8 Tagen schriftlich** gerügt werden" (LG Leipzig)
- „Die AGB gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht erneut ausdrücklich vereinbart werden" (LG München I)
- „An uns zurückgeschickte Ware wird geprüft und der Kaufbetrag anschließend dem Kundenkonto gutgeschrieben. Eine Barauszahlung bzw. eine Erstattung auf das Bankkonto des Kunden ist nicht möglich." (LG Regensburg)
- „Sollte doch einmal etwas Grund zur Beanstandung geben, bitten wir um **Mitteilung innerhalb einer Woche** nach Erhalt der Ware. Spätere Reklamationen können nicht angenommen werden." (LG Regensburg)
- **„Unversicherter Versand"** (LG Saarbrücken, LG Nürnberg, LG Bochum, LG Hamburg)

VI Musterformulierungen

1 Impressum

Rechtsquellen: §§ 5, 6 TMG; § 312c Abs. 1 BGB i.V.m. Artikel 246 § 1 Abs. 1 Nrn. 1-3 EGBGB

R52 Diese Vorgaben sollte Ihr Impressum erfüllen:

- ☐ Nennung des Unternehmensnamens und des Rechtsformzusatzes, sofern vorhanden
- ☐ Vollständige Nennung des Vor- und Zunamens des Inhabers bzw. des oder der Vertretungsberechtigten
- ☐ Keine irreführenden Zusätze zum Unternehmensnamen (bspw. um den Eindruck hervorzurufen, die Firma sei im Handelsregister eingetragen)
- ☐ Keine Verwechslungsgefahr mit anderen Unternehmen der gleichen Branche
- ☐ Angabe der aktuellen Anschrift, nicht der Postfachadresse
- ☐ Nennung einer Telefonnummer
- ☐ Nennung einer E-Mail-Adresse, nicht nur Kontaktformular
- ☐ Handelsregisterangaben und USt-Identifikationsnummer, sofern vorhanden
- ☐ Zusatzangaben (z. B. Aufsichtsbehörde oder Kammer) bei bestimmten Berufsgruppen
- ☐ Keine Bezeichnung als „Firma“ oder „Geschäftsführer“ beim Einzelunternehmer

1.1 Allgemeines

R53 Sie müssen in Ihrem Online-Shop ein Impressum bereithalten. Darin müssen die in diesem Kapitel ausführlich dargestellten Informationen aufgenommen werden. Das Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Das bedeutet, dass das Impressum von jeder Seite des Online-Auftritts mittels sprechenden Link abgerufen werden kann. Die Bezeichnung des Links sollte „Impressum“ oder „Anbieterkennzeichnung“ lauten. Nicht ausreichend wären die Bezeichnungen „Info“ (OLG Düsseldorf, LG Aschaffenburg) oder „backstage“ (OLG Hamburg). Nach einem **BGH-Grundsatzurteil** ist es ausreichend, dass die Anbieterkennzeichnung über **zwei Links erreichbar** ist (hier: die Links „**Kontakt**“ und „**Impressum**“). Gleiches gilt bei eBay für die Verweiskette „**mich**“ und „**Impressum**“ (KG Berlin). Ebenfalls nicht ausreichend ist die Aufnahme dieser Informationen lediglich in die AGB. Auch sollte der Verbraucher nicht mehr als zwei Links klicken oder über mehrere Seiten scrollen müssen, um das Impressum zu finden (OLG Brandenburg).

R54 Übrigens: Die Pflicht zum Bereitstellen eines Impressums gilt nicht im eigenen Online-Shop, sondern für alle Online-Auftritte, die einem geschäftlichen Zweck dienen. Dazu zählen u.a. Angebote auf Plattformen wie eBay oder mobile.de (OLG Düsseldorf), auch Facebook-Fanpages (OLG Düsseldorf, LG Aschaffenburg, LG Frankfurt) oder gewerbliche Profile auf XING (LG Stuttgart). Die Impressumspflicht gilt auch dann, wenn eine Website vor langer Zeit (womöglich gar aus Versehen) online gestellt wurde und danach in Vergessenheit geriet (LG Essen).

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

R55 **Unvollständige, unpräzise oder fehlende Angaben** können abgemahnt werden, da dies einen Wettbewerbsverstoß darstellt. Darüber hinaus – was jedoch nur sehr selten vorkommen – kann ein fehlerhaftes Impressum mit einem Bußgeld geahndet werden (§ 16 TMG). Abmahngefährdet ist es auch, wenn man im Impressum **veraltete Angaben** vorhält (LG Leipzig).

1.1.1 Angabe des Vertretungsberechtigten

R56 Nach deutschem Recht ist bei juristischen Personen ein Vertretungsberechtigter zu nennen. Dieser muss auch klar als Vertretungsberechtigter benannt werden. Die Bezeichnung „**verantwortlich**“ beispielsweise reicht nicht aus. Vertretungsberechtigt ist, wer für die Firma nach außen rechtlich verbindlich handelt (z.B. Geschäftsführer). Nicht zu den Vertretungsberechtigten gehören Urlaubsvertretung, Ehepartner oder volljährige Kinder. Die fehlende Angabe des Vertretungsberechtigten kann wettbewerbsrechtlich mittlerweile aber als Bagatelle einzustufen sein, da es an einer entsprechenden Grundlage im europäischen Recht fehlt (KG Berlin, OLG Düsseldorf).

> **Vorname muss unbedingt vollständig genannt werden**
>
> Ein Verstoß gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht liegt auch schon vor, wenn der **Vorname fehlt oder abgekürzt** wird (LG Berlin, bestätigt durch KG Berlin, zuletzt auch das OLG Düsseldorf).

R57 **Gewerbetreibende** ohne Handelsregistereintrag müssen im Geschäftsverkehr immer mit **Vor- und Zunamen** auftreten. Bei der **GbR** ist der vollständige Vor- und Zuname von mindestens einem vertretungsberechtigten Gesellschafter zu nennen. Neben den Namen dürfen auch Branchenbezeichnungen (z.B. „Muster-Shop“) verwendet werden, diese sind aber nicht Bestandteil des Unternehmensnamens. Durch Zusätze zum Namen darf nicht der Eindruck entstehen, dass das Unternehmen im Handelsregister eingetragen ist. Zudem darf keine Verwechslungsgefahr zu anderen Unternehmen aus der gleichen Branche bestehen. Der Systematik des HGB nach kann nur ein eingetragener Kaufmann oder eine Handelsgesellschaft eine **Firma** i.S.d. § 17 HGB führen. Daher ist beim nicht eingetragenen Einzelgewerbetreibenden der Zusatz „Firma“ irreführend i.S.d. §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG. Es wird der Eindruck erweckt, es handele sich um eine im Register eingetragene Firma. Deshalb darf der Einzelgewerbetreibende stets nur mit Vor- und Zunamen und einer Geschäfts- bzw. Branchenbezeichnung auftreten. Der Zusatz „**Geschäftsführer**“ ist als Irreführung über die Unternehmensgröße ebenfalls wettbewerbswidrig i.S.d. §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG (OLG München). Im Unternehmen des Einzelgewerbetreibenden gibt es nämlich nicht wie bei der GmbH einen Geschäftsführer im rechtlichen Sinne. Daher handelt es sich bei diesem Zusatz (sogar beim eingetragenen Kaufmann) um eine Irreführung über die Größe des Unternehmens.

1.1.2 Telefonnummer im Impressum

R58 Eine ausdrückliche Pflicht zur Angabe der Telefonnummer ist in § 5 Abs. 1 TMG, in dem die wesentlichen Impressumspflichten festgelegt sind, nicht geregelt. Allerdings müssen Sie als Online-Händler gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB eine Telefonnummer nennen. Dies kann – muss aber nicht – im Impressum erfolgen. Für Dienstleistungserbringer ist die Angabe einer Telefonnummer bereits seit 17.05.2010 gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 2 DL-InfoV vorgeschrieben.

R59 Handelt es sich bei dem angegebenen Telekommunikationsmittel um einen **Mehrwertdienst**, müssen zusätzlich die Anforderungen des § 66a TKG berücksichtigt werden. Außerdem dürfen derartige Nummern **nicht im Impressum verwendet werden,** sofern diese Telefonnummer und die E-Mail-Adresse die einzigen beiden Wege zur direkten Kontaktaufnahme sind (OLG Frankfurt). Der Preis ist gut lesbar, deutlich sichtbar und in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer anzugeben. Der **unmittelbare Zusammenhang** ist nach Ansicht des LG Frankfurt a.M. dann nicht mehr gewährleistet, wenn sich zwar an der Telefonnummer ein Sternchen

befindet, dieses aber erst am Ende der Internetseite aufgelöst wird, wobei das Gericht nicht unterscheidet, über wie viele Seiten gescrollt werden muss. Soweit für Anrufe aus den Mobilfunknetzen Preise gelten, die von den Preisen für Anrufe aus den Festnetzen abweichen, sind der Festnetzpreis sowie der Mobilfunkhöchstpreis anzugeben. Bei Telefax-Diensten ist zusätzlich die Zahl der zu übermittelnden Seiten anzugeben. Bei Datendiensten ist zusätzlich, soweit möglich, der Umfang der zu übermittelnden Daten anzugeben, wenn für die Höhe des Preises für den Endnutzer maßgeblich ist.

R60 Die Bundesnetzagentur hat die Preise für die "Service-Dienste" (0180-Nummern) festgesetzt. Diese Preise sind bei Verwendung einer solchen Nummer zu nennen. Anzugeben ist dabei der Brutto-Preis. In Verbindung mit der Preisangabenverordnung ist im Fernabsatz darüber hinaus darauf hinzuweisen, dass der Preis die Umsatzsteuer enthält (LG München I). Damit ergibt sich die folgende Preisübersicht bei 0180-Nummer (gemäß Verfügung Nr. 19/2009 vom 03.06.2009 (Amtsblatt Bundesnetzagentur 10/2009), Verfügung Nr. 26/2009 vom 29.07.2009 (Amtsblatt Bundesnetzagentur 14/2009) sowie Verfügung Nr. 49/2012 Amtsblatt 15/2012 vom 08.08.2012):

Nummern-teilbereich	Festnetzpreis ct/min	Festnetzpreis ct/Anruf	Mobilfunkhöchst-preis
0180 - 1	3,9	-	42 ct/min
0180 - 2	-	6	42 ct/min
0180 - 3	9	-	42 ct/min
0180 - 4	-	20	42 ct/min
0180 - 5	14	-	42 ct/min
0180 - 6		20	60 ct/Anruf
0180 - 7	30 sec frei, danach 14	-	30 sec frei; 42 ct/min

Der Kostenhinweis für eine 0180-5 Nummer lautet dementsprechend: **14 ct/min inkl. MwSt. aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis: 42 ct/min inkl. MwSt.**

Postfachanschrift genügt nicht

Die Angabe von Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort ist unbedingt erforderlich, eine **Postfachadresse genügt nicht** (LG München I).

Kontaktformular genügt nicht

Das LG Essen entschied, dass auch ein **Kontaktformular anstelle der E-Mail-Adresse** im Impressum **nicht** den Pflichten des § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG **genügt**. Vielmehr müsse auch eine E-Mail-Adresse genannt werden. Dieser Auffassung schloss sich das KG Berlin an. Neben der E-Mail-Adresse muss auch eine Telefonnummer genannt werden.

Mail-to-Funktion genügt nicht

Auch der Hinweis im Impressum „**Ich freue mich auf E-Mails**“, welcher mit einer Mail-to-Funktion verlinkt war, genügt nicht den Anforderungen des § 5 TMG (OLG Naumburg). Hintergrund ist, dass nicht jeder Nutzer etwas mit dieser Mail-to-Funktion anfangen kann, da diese nur zum Tragen kommt, wenn ein E-Mail-Programm wie z. B. Outlook genutzt wird.

Nur E-Mail-Adresse reicht nicht

Gibt ein Unternehmer ausschließlich seine postalische Anschrift und seine E-Mail-Adresse im Impressum an, so ist dies ebenfalls nicht ausreichend, wie das LG Bamberg entschieden hat. Denn das Gesetz verpflichte den Unternehmer einen **weiteren Kommunikationsweg** zur Verfügung zu stellen, auf welchem **innerhalb von 60 Minuten auf Anfragen des Verbrauchers geantwortet** werden könne. Diese Pflicht ist erfüllt, wenn man die Telefonnummer (Pflichtinformation!) angibt.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

Kein toter Briefkasten

Hinter der im Impressum angegebenen E-Mail-Adresse darf sich **kein sog. „toter Briefkasten“** verstecken (LG Berlin, LG Koblenz). Das bedeutet, dass bei Eintreffen einer Mail keine automatisierte Antwortmail versendet werden darf, die dem Anfragenden mitteilt, dass E-Mails nicht gelesen oder bearbeitet werden, sondern er seine Anfrage über ein Kontaktformular auf der Website erneut stellen soll.

1.1.3 Handelsregister und USt-IdNr.

R61 Ebenfalls aus § 5 TMG stammt die Pflicht, die **Handelsregisterangaben** und die **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** (USt-IdNr.) nach § 27a UStG anzugeben, sofern diese vorhanden sind. Das Fehlen dieser Angaben ist ein Wettbewerbsverstoß und kann abgemahnt werden (OLG Hamm, KG Berlin, LG Hamburg). Bestimmte Gesellschaften müssen im Handelsregister eingetragen sein (z. B. OHG, KG) oder sollten eine USt-IdNr. haben (z.B. für den Export).

R62 Die **Steuernummer** muss auf Rechnungen, aber **nicht im Impressum** angegeben werden. Bei bestimmten Berufen sind Zusatzangaben erforderlich (z.B. zuständige **Aufsichtsbehörde**, **Kammer**, **berufsrechtliche Regelungen**). Die berufsrechtlichen Regelungen müssen nicht direkt verlinkt werden. Es reiche vielmehr eine Beschreibung (z. B. „Die Regelungen finden Sie auf der Seite der Bundesrechtsanwaltskammer in der Rubrik XY“ mit Link auf die Homepage der Kammer), wo man die Regelungen einsehen kann (LG Nürnberg-Fürth). Das Fehlen der **Aufsichtsbehörde** im Impressum stellt die Verletzung einer **wesentlichen Informationspflicht** dar und kann daher abgemahnt werden (LG Leipzig).

R63 Bei **journalistisch-redaktionell** gestalteten Angeboten (Inhalte mit meinungsbildender Qualität) muss zusätzlich ein Verantwortlicher für die jeweiligen Inhalte genannt werden (**„verantwortlich nach § 55 RStV“** (früher § 10 MDStV)). Optional kann auch ein **Ansprechpartner für Service-Anfragen** genannt werden, wobei dieser klar vom Website-Betreiber und inhaltlich Verantwortlichem abgegrenzt werden muss.

1.1.4 Verfahren für den Umgang mit Beschwerden

R64 Neben den Angaben im Impressum müssten Sie auch Informationen zum Verfahren für den Umgang mit Beschwerden bereithalten, soweit dieses von den Erfordernissen der fachlichen Sorgfalt abweichen. Gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB muss gegebenenfalls über das Verfahren zum Umgang mit Beschwerden informiert werden, wobei unklar ist, welche Bedeutung das Wort „gegebenenfalls“ hier hat. Es empfiehlt sich, eine Kundenhotline, ein Kontaktformular oder die Angabe einer E-Mail-Adresse, sofern es ein entsprechendes Beschwerdeverfahren im Unternehmen gibt. Dabei muss aber auch der spezielle Hinweis erfolgen, dass die jeweilige Kontaktmöglichkeit für Beschwerden gedacht ist. Bei Nutzung einer Hotline sollten außerdem Geschäftszeiten angegeben werden, wenn diese nicht rund um die Uhr besetzt ist. Da sich Beschwerden meist auf ein bestehendes Vertragsverhältnis beziehen dürften, dürfen hier keine Mehrwertnummern verwendet werden (§ 312a Abs. 5 BGB). Diese Pflicht muss aber nicht zwangsläufig im Impressum erfüllt werden, es genügt auch ein entsprechender Hinweis in AGB oder auf einer separaten Seite.

1.1.5 Sind Disclaimer sinnvoll?

R65 **Links auf fremde Seiten** sollten Sie bei Erstellung sorgfältig überprüfen und müssen Sie **ab Kenntnis eines Rechtsverstoßes entfernen**, weil Sie sonst selbst haftbar für die fremden Inhalte sind. **Disclaimer**, mit denen Sie sich von verlinkten Seiten pauschal distanzieren, sind **rechtlich wirkungslos**. Denn entgegen einer weit verbreiteten Meinung hat das LG Hamburg nicht entschieden, dass man sich pauschal von der Haftung für Links befreien kann.

Unwirksame Haftungsausschlüsse

Disclaimer, d. h. Haftungsausschlüsse für Links oder Inhalte der eigenen Seite, sind **meist sinnlos** und bewirken häufig das Gegenteil, weil der Eindruck entsteht, man sei sich darüber im Klaren, dass man fragwürdige Seiten verlinkt.

1.2 Impressum Einzelunternehmen (Gewerbetreibender)

R66 Unternehmer und somit Anbieter der Leistung ist in diesem Fall die **natürliche Person, die das Gewerbe betreibt**. Sie ist im Impressum namentlich (Vor- und Zuname) zu nennen. Eine Bezeichnung als „Geschäftsführer" o.ä. ist nicht zulässig, da diese irreführend ist (OLG München). Eine natürliche Person ist auch **keine „Firma"** im Sinne des Handelsrechts. Zusätzlich kann unterhalb des Namens des Unternehmers auch eine Geschäftsbezeichnung genannt werden (siehe Muster unten). Zusätzlich können im Impressum Angaben über einen Angebotenen Kundendienst oder Kundendienstleistungen gemacht werden. Diese Angaben können aber auch in AGB oder auf anderen Seiten stehen. Wird eine Telefonnummer für Fragen zu einem bestehenden Vertragsverhältnis genannt, darf dies keine kostenpflichtige Mehrwertnummer sein.

M4 Impressum Einzelunternehmen

Max Muster

DemoShop
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: max @ domain.de

Kontakt / Beschwerden

Sie erreichen unseren Kundendienst für Fragen, Reklamationen und Beanstandungen werktags von [9:00 UHR] bis [18:00 UHR] unter der Telefonnummer [0221-12345] sowie per E-Mail unter [name @ domain.de]. Für Anfragen können Sie auch das [nachstehende Formular] nutzen.

1.3 Impressum eingetragener Einzelkaufmann

R67 Einzelkaufleute, die im Handelsregister eingetragen sind, müssen zusätzlich zu Ihrem Vor- und Nachnamen ihre Firma mit einem eindeutigen **Rechtsformzusatz** nennen, z. B. „**eingetragener Kaufmann**", „**eingetragene Kauffrau**" oder „**e. K.**". Diese Angaben müssen denen im Handelsregister entsprechen. Wie bei nicht im Handelsregister eingetragenen Gewerbetreibenden ist auch beim e.K. die Bezeichnung als „Geschäftsführer" nicht korrekt.

M5 Impressum e.K.

DemoShop e.K.

Inhaber: Max Muster
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: service @ domain.de

Handelsregister: Amtsgericht Demostadt, HRA 12345

SOFERN VORHANDEN

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

1.4 Impressum Apotheker (e.K.)

R68 Sog. reglementierte Berufsgruppen (z. B. Apotheker, Orthopädietechniker, Optiker, Hörgeräteakustiker, Architekten etc.) müssen zusätzlich Angaben zur **Berufsbezeichnung**, den Staat, in dem diese verliehen wurde, zur **Kammer** sowie zu den **berufsrechtlichen Regelungen** und den Zugang zu diesen machen. Bedarf die Tätigkeit einer behördlichen Zulassung, ist auch die **Aufsichtsbehörde** zu nennen.

M6 Impressum Apotheker (e.K.)

DemoApotheke e.K.

Inhaber Dr. Max Muster
Apotheker
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: kontakt @ domain.de

Handelsregister: Amtsgericht Demostadt, HRA 12345, USt-IdNr. DE123456789

Die Berufsbezeichnung „Apotheker“ wurde in der Bundesrepublik Deutschland verliehen

Zuständige Aufsichtsbehörde: Gesundheitsamt Demostadt, Musterstraße 1, 12345 Demostadt

Mitglied der Apothekerkammer Demobezirk, Musterstraße 2, 12345 Demostadt

Berufsrechtliche Regelungen: Berufsordnung für Apothekerinnen und Apotheker der Apothekerkammer Nordrhein vom 13. Juni 2007, abrufbar unter http://www.aknr.de/kontakt/berufsordnung.php

1.5 Impressum GbR

R69 Da die **Teil-Rechtsfähigkeit der GbR** anerkannt ist, ist sie auch selbst Anbieterin der Leistung und nicht die Gesellschafter. Bei der Wahl eines Namens für die GbR ist darauf zu achten, dass sich dieser von anderen unterscheidet. Es kann sich um den **Namen eines, mehrerer oder aller Gesellschafter**, um eine **Sachbezeichnung** oder um eine **Kombination Sach- und Personenbezeichnung** handeln. Der Zusatz „**GbR**“ sollte zur Gewährleistung der Unterscheidungskraft jedoch nicht fehlen. Die Angabe „Firma“ ist hingegen auch hier unzulässig, da die GbR keine Handelsgesellschaft ist.

R70 Außerdem ist der **Vor- und Zuname mindestens eines vertretungsberechtigten Gesellschafters** zu nennen und als solcher zu kennzeichnen. Das OLG Hamm entschied, dass die **Nennung aller Gesellschafter** im Impressum erforderlich ist.

M7 Impressum GbR

DemoShop ist eine Domain der

Muster + Beispiel GbR
Demostraße 1
12345 Demostadt

Vertretungsberechtigte Gesellschafter: Max Muster und Fritz Beispiel

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: support @ domain.de

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

1.6 Impressum OHG

R71 Da es sich bei einer OHG um eine **rechtsfähige Personengesellschaft** handelt (§ 124 Abs.1 HGB), ist Anbieterin der Leistung die OHG selbst und nicht die Gesellschafter. Eine OHG muss ihre Firma mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „OHG“ oder „oHG“) im Impressum nennen. Diese Angabe muss der im Handelsregister entsprechen. Es ist weiterhin der **Vor- und Zuname mindestens eines Vertretungsberechtigten** zu anzugeben.

M8 Impressum OHG

Muster DemoShop OHG
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: *+49 (0)221 12345*
Telefax: *+49 (0)221 67890*
E-Mail: *sales @ domain.de*

Vertretungsberechtigte Gesellschafter:

Dipl.-Ing. Max Muster
Dipl.-Kaufm. Fritz Beispiel

Amtsgericht Demostadt, HRA 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

1.7 Impressum KG

R72 Bei einer KG handelt es sich um eine **rechtsfähige Personengesellschaft** (§ 124 Abs. 1 i.V.m. § 161 Abs. 2 HGB). Sie ist daher Anbieterin der Leistung und nicht die Gesellschafter. Die Firma muss mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „Kommanditgesellschaft“ oder „KG“) genannt werden. Es ist weiterhin der **Vor- und Zuname mindestens eines Vertretungsberechtigten** zu nennen.

M9 Impressum KG

DemoShop Online-Warenhaus KG
Demostraße 1
12345 Demostadt

Geschäftsführender Gesellschafter:
Dipl.-Betriebswirt Max Muster (persönlich haftend)

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: verkauf @ domain.de

Amtsgericht Demostadt, HRA 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: *DE123456789*

1.8 Impressum GmbH & Co KG

R73 Auch bei dieser Gesellschaftsform handelt es sich um eine **KG**, die als rechtsfähige Personengesellschaft (§ 124 Abs.1 i.V.m. § 161 Abs. 2 HGB) Anbieterin der Leistung ist. Der Unterschied zu einer „normalen" KG besteht darin, dass der **Komplementär nicht eine natürliche Person, sondern eine GmbH** ist. Es muss die Firma mit korrekter Kennzeichnung der Haftungsbeschränkung des Komplementärs („GmbH & Co KG") im Impressum genannt werden. Die GmbH & Co. KG wird als Kommanditgesellschaft durch die GmbH als Komplementärin vertreten. Daher reicht nicht die bloße Angabe der GmbH selbst. Vielmehr müssen im Impressum **weitere Angaben zur GmbH** folgen, damit der Rechtsverkehr nicht nur über die Haftungsbeschränkung der Komplementärin, sondern auch über die Identität derselben informiert ist. Bezüglich der GmbH sind also zusätzlich Firma, Registergericht und Registernummer, sowie Vor- und Zunamen der Geschäftsführer zu benennen (siehe auch M12).

M10 Impressum GmbH & Co KG

DemoShop Online-Vertrieb GmbH & Co KG
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: vertrieb @ domain.de

vertreten durch die geschäftsführende Gesellschafterin:
DemoShop Verwaltungsgesellschaft mbH, AG Demostadt HRB 12345 (persönlich haftend)
diese vertreten durch die Geschäftsführer: Max Muster, Fritz Beispiel, Uli Unternehmer

Amtsgericht Demostadt, HRA 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

1.9 Impressum GmbH

R74 Bei der GmbH handelt es sich um eine **juristische Person**, die Anbieterin der Leistung ist. Eine GmbH muss ihre Firma mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „**Gesellschaft mbH**" oder „**GmbH**") im Impressum nennen. Außerdem sind zwingend die **Vor- und Zunamen der Geschäftsführer** zu nennen. Die Nennung eines Vertretungsberechtigten findet allerdings keine Grundlage im europäischen Gemeinschaftsrecht. Daher kann das Fehlen des Vertretungsberechtigten nicht immer abgemahnt werden. Es wird auch keine wesentliche Information vorenthalten (KG Berlin, OLG Düsseldorf).

M11 Impressum GmbH

DemoShop GmbH
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: online-shop @ domain.de

Geschäftsführer: Max Muster

Amtsgericht Demostadt, HRB 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

1.10 Impressum Unternehmergesellschaft

R75 In § 5a GmbHG ist die Gründung einer sogenannten Unternehmergesellschaft vorgesehen. Wesentlicher Unterschied zur GmbH ist die Höhe des Stammkapitals. Die Unternehmergesellschaft (kurz: UG) kann mit weniger als 25.000,– EUR Stammkapital gegründet werden. Es handelt sich bei der UG um eine juristische Person, welche von einem oder mehreren Geschäftsführern vertreten wird. Die Unternehmergesellschaft muss im Impressum eindeutig gekennzeichnet werden. Der Firma muss zwingend der Zusatz „**UG (haftungsbeschränkt)**“ oder „**Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)**“ beigefügt werden. Außerdem sind – wie schon bei einer GmbH – zwingend die **Vor- und Zuname des/der Geschäftsführer** zu nennen.

M12 Impressum UG (haftungsbeschränkt)

DemoShop UG (haftungsbeschränkt)
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: online-shop @ domain.de

Geschäftsführer: Max Muster

Amtsgericht Demostadt, HRB 13245

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456798

1.11 Impressum Aktiengesellschaft

R76 Bei der AG handelt es sich um eine **juristische Person**, die Anbieterin der Leistung ist. Eine AG muss ihre Firma mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „**Aktiengesellschaft**“ oder „**AG**“) im Impressum nennen. Weiterhin sind die **Vor- und Zunamen der Vorstände** zu nennen. Sofern der Vorstand der AG einen Vorsitzenden hat**,** ist er als solcher zu kennzeichnen. Es ist ebenfalls der Vor- und Zuname des **Vorsitzenden des Aufsichtsrats** zu nennen.

M13 Impressum AG

DemoShop AG
Demostraße 1
12345 Demostadt

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: office @ domain.de

Vertretungsberechtigter Vorstand
Max Muster, Fritz Beispiel (Vorsitzender), Uli Unternehmer

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Paul Passauf

Registergericht: Amtsgericht Demostadt
Registernummer: HRB 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE123456789

1.12 Impressum englische Limited

R77 Auch eine **Limited mit Sitz England ist in Deutschland rechtsfähig**. Sie ist somit Anbieterin der Leistung. Eine Limited muss ihre Firma mit korrektem Rechtsformzusatz (beispielsweise „Ltd." oder „Limited") im Impressum nennen. Außerdem sind zwingend der **Vor- und Zuname des Directors und Registergericht (Companies House) und -nummer** zu nennen. Sofern die Limited über eine **Zweigniederlassung** in Deutschland verfügt, welche die Website betreibt, sind auch hierzu entsprechende Angaben zu machen, siehe Muster unten.

M14 Impressum Ltd.

DemoShop Limited
1 Samplestreet
London SWIY 4EE

United Kingdom

Phone: +44 (0)221 12345
Fax: +44 (0)221 67890
E-Mail: uk @ domain.de

Director: Max Muster

Registered in England and Wales
Company No. 1234567

SOFERN VORHANDEN

Dieser Online-Shop wird betrieben von unserer

Zweigniederlassung Deutschland

DemoShop Limited
Demostraße 1
12345 Demostadt

Bundesrepublik Deutschland

Telefon: +49 (0)221 12345
Telefax: +49 (0)221 67890
E-Mail: name @ domain.de

Geschäftsführer: Max Muster

Amtsgericht Demostadt, HRB 12345
USt-IdNr. DE123456789

2 Datenschutz

Rechtsquellen: §§ 11-15 TMG; BDSG

R78 Folgende Checkliste sollte Ihre Datenschutzerklärung erfüllen:

- ☐ Datenschutzerklärung ist mittels eines „sprechenden Links“ auf jeder Seite abrufbar
- ☐ Informationen zu Art, Umfang und Zweck jeder Erhebung und Verwendung von personenbezogenen Daten, insbesondere auch zu nicht sichtbaren, automatisierten Datenerhebungen auf der Website (z. B. durch Webanalyse-Dienste oder Social Plugins) in allgemein verständlicher Form
- ☐ Hinweis auf die anonyme oder pseudonyme Nutzungsmöglichkeit der Website
- ☐ Information über die Erhebung und Verwendung von Bestandsdaten zur Vertragserfüllung
- ☐ Informationen über den Einsatz von Cookies (Verwendungszweck und Möglichkeit zur Ablehnung bestimmter/aller Cookies über den Browser)
- ☐ Hinweis auf ggf. bestehende Widerspruchs- oder Widerrufsmöglichkeiten gegen die Nutzung von Daten zu Werbezwecken
- ☐ Wiederholung von im Shop erteilbaren Einwilligungen in der Datenschutzerklärung (Inhalt der Einwilligung muss jederzeit abrufbar sein)
- ☐ Information über Auskunfts-, Berichtigungs-, Sperrungs- und Löschungsrechte
- ☐ Hinweis auf Datenverarbeitungen in Drittstaaten ohne angemessenes Datenschutzniveau (z. B. USA)
- ☐ Bei Datenweitergabe an Dritte außerhalb der Vertragserfüllung: Nennung der Empfänger und des Zwecks der Weitergabe
- ☐ Benennung des Datenschutzbeauftragten, sofern nach § 4f BDSG bestellt

2.1 Allgemeines

2.1.1 Zweckbindungsgrundsatz

R79 Sowohl im Bundesdatenschutzgesetz (**BDSG**) als auch im Telemediengesetz (**TMG**) gilt ein enger **Zweckbindungsgrundsatz**, d. h. alles was nicht ausdrücklich durch Gesetz oder Einwilligung des Kunden erlaubt ist, ist verboten. Kundendaten, gleich ob Namen und Adressen, Kaufverhalten oder Abrechnungsdaten dürfen nur in sehr eingeschränktem Umfang erhoben und verarbeitet werden. Die Übermittlung der notwendigen Daten an das Transportunternehmen und das Kreditinstitut erfolgt im Online-Handel **zur Erfüllung des Kaufvertrages** und ist daher gemäß § 28 Abs. 1 Nr. 1 BDSG ohne Einwilligung möglich. Entscheidend ist hier, inwieweit die betreffende Datenverarbeitung durch Gesetz ausdrücklich erlaubt bzw. zur Abwicklung des Online-Kaufs unbedingt erforderlich ist. Nur wenn keine **gesetzliche Erlaubnis** zur Datenverarbeitung gegeben ist, muss eine Einwilligung des Kunden eingeholt werden. So sehen die §§ 28, 28a und 28b BDSG ausdrücklich zahlreiche Möglichkeiten der Datenverarbeitung zu Geschäftszwecken auch ohne vorherige Einwilligung des Betroffenen vor.

2.1.2 Datenvermeidung

R80 Ein weiterer Grundsatz im Datenschutz ist das Prinzip der Datenvermeidung. Dieses besagt, dass immer nur **so wenige Daten wie möglich** erhoben werden dürfen. So ist z. B. das Geburtsdatum in vielen Fällen keine erforderliche Angabe. Auch die Abfrage der Telefonnummer im Bestellprozess ist im Online-Handel i.d.R. überflüssig, da diese nicht benötigt wird. In bestimmten Fällen ist eine Datenerhebung sogar wettbewerbswidrig, z. B. wenn die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern ausgenutzt wird, um Daten über das Konsumverhalten der Eltern

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

zu erheben. **Pflichtangaben** einerseits und **freiwillige Angaben** andererseits sollten bei der Datenerhebung als solche erkennbar sein. Der Kunde sollte **bei der Eingabe seiner Daten** auch die **Datenschutzerklärung** zur Kenntnis nehmen können („sprechender Link“).

M15 Pflichtangaben und freiwillige Angaben

Bitte geben Sie Ihre Daten ein. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Hier erhalten Sie weitere Informationen zum Datenschutz <Link auf Datenschutzerklärung>:

Firma	❒ Ich bestelle als gewerblicher Kunde
Anrede	❒ Frau ❒ Herr
Vorname*	
Name*	
Straße*	
PLZ*	
Ort*	
Land*	Deutschland
E-Mail*	(an diese E-Mail schicken wir die Bestätigungs-E-Mail)
Telefon	❒ Ich willige ein, dass meine Telefonnummer zur Abstimmung von Lieferterminen an UPS weitergegeben wird
Mobil	
Fax	

Speicherung von IP-Adressen

Anders als nach den §§ 95 ff TKG, wo es u. a. um die **Speicherung der IP Adresse** des Kunden im Rahmen einer Telekommunikationsdienstleistung geht, ist die Speicherung der IP-Adresse durch Webseitenbetreiber noch immer umstritten. Bis zu einer höchstrichterlichen Klärung durch den BGH sollten daher Shopbetreiber, die auf Nummer sicher gehen wollen, vor der Speicherung von IP-Adressen generell eine **ausdrückliche Einwilligung**, z. B. über eine Opt-In-Checkbox, einholen oder ganz auf die Speicherung verzichten. Bei der Verwendung von Tracking-Tools sollte sichergestellt werden, dass diese keine IP-Adressen speichern.

2.1.3 Umfassende Information erforderlich

R81 Der Besucher einer Website ist nach § 13 Abs. 1 TMG und § 33 Abs. 1 BDSG **umfassend über Art, Umfang und Zweck der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der personenbezogenen Daten, sowie etwaige Widerspruchsrechte zu unterrichten**. Fehlt eine solche Unterrichtung, kann dies auch abgemahnt werden (OLG Hamburg). Die Unterrichtung kann zentral in einer **Datenschutzerklärung** erfolgen, die von jeder Seite aus unter dem Link „Datenschutz“, „Datenschutzerklärung“ oder „Datenschutzinformationen“ erreichbar sein muss. Alternativ können die Angaben auch in einer Kundeninformationsseite untergebracht werden. In diesem Fall sollte der Link „Datenschutz“ auf den entsprechenden Abschnitt verweisen. Es **reicht aus datenschutzrechtlicher Sicht nicht aus, mit einem Link auf AGB zu verweisen**, wenn dort neben den AGB auch die Datenschutzerklärung zu finden ist.

2.1.4 Einwilligung erforderlich

R82 Ist die Datenverarbeitung nicht durch Gesetz ausdrücklich erlaubt, müssen ausdrückliche **Einwilligungen des Kunden** eingeholt werden. Die Einwilligung, die präzise den Zweck der Verarbeitung benennen muss, kann bei Telemedien elektronisch erteilt werden, muss dann protokolliert werden, für den Kunden jederzeit abrufbar sein und kann jederzeit widerrufen werden. Der Kunde muss wissen, dass seine Erklärung eine Einwilligung darstellt und worauf sie sich bezieht. Das bedeutet bei einer Einwilligung für Telefon- und E-Mail-Werbung, **welche konkreten Waren welcher Unternehmen** zukünftig beworben werden sollen (LG Frankfurt).

> **Ausdrückliche Einwilligung**
>
> Eine **Einwilligung** muss **ausdrücklich** erfolgen (nicht vorangekreuzte Checkbox, opt-in) und darf nicht in AGB versteckt sein (BGH). Bei Telemedien (z. B. im Online-Shop) kann die Einwilligung elektronisch erfolgen, wenn sie **eindeutig und bewusst** erfolgt, **protokolliert** wird und der Inhalt **jederzeit abrufbar** ist. Der Kunde muss schon bei der Einholung der Einwilligung auf sein Recht auf jederzeitigen **Widerruf mit Wirkung für die Zukunft** (z. B. Abmeldemöglichkeit vom Newsletter) hingewiesen werden (§ 13 Abs. 2 und 3 TMG). Das LG Bonn entschied zur Einwilligung in Telefonwerbung, dass eine formularmäßig eingeholte Einwilligung von Verbrauchern, die zu uneingeschränkter telefonischer Werbung berechtigten soll, gegen §§ 4, 41 BDSG verstößt und damit unwirksam ist. Darüber hinaus verstoße eine ohne sachlichen Zusammenhang in AGB eingebaute Einwilligungsklausel auch gegen das Transparenzgebot (OLG Köln).

2.2 Datenerhebung

2.2.1 Registrierung

R83 Um Waren zu bestellen ist es nicht erforderlich, die Daten des Kunden dauerhaft in einem Kundenkonto zu speichern. Für die **Eröffnung eines Kundenkontos** ist daher eine **Einwilligung** erforderlich, sofern das Kundenkonto bei Abgabe der Bestellung automatisch eröffnet werden soll. Die Registrierung sollte **freiwillig** sein – auch um den Kunden nicht von einer Bestellung abzuhalten. Der Kunde muss erfahren, welche Daten zu welchen Zwecken gespeichert werden.

2.2.2 Newsletteranmeldung

R84 Wenn Sie **E-Mails mit werblicher Ansprache** versenden wollen, ist dies grundsätzlich nur mit **Einwilligung** des Adressaten möglich. Die Einwilligung muss durch eine ausdrückliche Handlung des Empfängers erfolgen (z. B. mittels **Opt-In Checkbox**), muss protokolliert werden (**Logfiles**) und der Inhalt der Erklärung jederzeit für den Kunden abrufbar sein (**Datenschutzerklärung**). Zudem muss vor Erteilung der Einwilligung auf die jederzeitige Widerrufsmöglichkeit (**Abmeldemöglichkeit**) hingewiesen werden. Der Einwilligungstext darf nicht **in AGB** eingebettet sein (OLG Köln), sondern ist immer separat einzuholen. Das Text der Einwilligung darf auch nicht mit der **Bestätigung der AGB** oder der Bestätigung der **Kenntnisnahme der Widerrufsbelehrung** (LG München I, bestätigt durch OLG München) oder der **Teilnahmeklausel an einem Gewinnspiel** (LG Hamburg) verknüpft werden. Hierfür ist ein **separates Opt-In** erforderlich.

R85 Setzen Sie in Ihrem Shop ein **Bewertungssystem** ein und wollen Sie den Kunden zur **Abgabe einer Bewertung auffordern**, benötigen Sie auch hierfür die **Einwilligung** des Kunden (AG Düsseldorf, AG Hannover).

Vorliegen der Einwilligung muss von Ihnen bewiesen werden

Der Versender von Mail mit werblichem Inhalt muss **beweisen**, dass die Einwilligung des Empfängers vorliegt. Der Versand von Werbe-Mails ohne Vorliegen einer Einwilligung ist **wettbewerbswidrig** und können von Konkurrenten **abgemahnt** werden. Außerdem hat der Empfänger solcher Mails auch einen eigenen Unterlassungsanspruch. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Empfänger Verbraucher oder Unternehmer ist.

Zum Nachweis der Einwilligung ist nur das **„Double Opt-In"-Verfahren** geeignet ist, wobei die Bestätigungsmail ausschließlich die Aufforderung zur Bestätigung der Einwilligung enthalten darf und nicht noch weitere werbliche Elemente. Das OLG München entschied allerdings, dass bereits die Bestätigungs-Mail unzulässige Werbung darstelle. Das OLG Celle widersprach dieser Auffassung allerdings zu Recht.

Ein einmaliger Kontakt per E-Mail stellt noch nicht die Erteilung einer Einwilligung in E-Mail-Werbung dar (AG München). Es ist bereits unzulässig, einmalig eine werbliche Mail ohne Einwilligung zu versenden (BGH). Daraus folgt, dass auch der Versand einer E-Mail, in der erstmalig um die Einwilligung in den Versand von weiteren werblichen Mails gebeten wird, unzulässig ist.

R86 Auch Produktempfehlungsfunktionen (**Tell-a-friend, Freundschaftswerbung**) stellen Werbung per Mail dar. Das bedeutet, dass für den Versand dieser Mails die **Einwilligung des Empfängers** vorliegen muss. Da der Händler diesen aber nicht kennt, weil der Mail-Versand letztlich von einem Dritten veranlasst wird, kann diese Einwilligung nicht eingeholt werden. Die Rechtsprechung sieht die **Verantwortlichkeit für den Versand** von Tell-a-friend-Mails beim Online-Händler, da er diese Funktion auf seiner Website zur Verfügung stellt (BGH, LG Berlin). Auf derartige Funktionen sollte daher verzichtet werden. Auch die Bestätigung per **E-Mail**, dass für den Empfänger dieser E-Mail ein **Kundenkonto eröffnet** wurde, ist Werbung, sofern der Empfänger kein Kundenkonto eröffnet hat. Die Beweislast hierfür liegt beim Händler (AG Pankow/Weißensee).

Newsletter-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung

Wollen Sie einen **Newsletter** an Ihre Bestandskunden versenden? Dieser darf nur unter ganz engen Voraussetzungen auch **ohne Vorliegen einer Einwilligung** verschickt werden. Diese Voraussetzungen sind erfüllt, wenn die Mail-Adresse des Empfängers in Zusammen mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erworben wurde, nur für eigene ähnliche Produkte geworben, der Kunde schon bei Erhebung der Adresse auf sein Widerspruchsrecht hingewiesen wird und er der Verwendung seiner Daten zu diesem Zwecke nicht widersprochen hat. Wir empfehlen, stets eine **aktive Einwilligung** einzuholen, da diese Voraussetzungen im Massengeschäft fast nie erfüllt werden können.

Eine Voraussetzung des § 7 Abs. 3 UWG ist, dass im Newsletter nur für eigene, ähnliche Waren geworben wird. Die **Ähnlichkeit** muss sich auf die bereits gekauften Waren beziehen und dem gleichen **typischen Verwendungszweck** oder Bedarf des Kunden entsprechen; ggf. ist es noch zulässig, **Zubehör** oder **Ergänzungswaren** zu bewerben (OLG Jena). Als unzulässig eingestuft wurde im entschiedenen Fall die Werbung für Laubsauger, nachdem der Kunde Holzkitt gekauft hatten. Auch muss der Kunde darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür „**andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen**" entstehen (nicht „kostenlos"). Dieser strengen Ansicht schloss sich auch das KG Berlin an.

Auf die Ausnahme können Sie sich aber nicht berufen, sofern Sie den Empfänger der Werbe-E-Mail im Rahmen eines vorangegangenen Bestellvorgangs im verwendeten Bestellformular zwar darauf hingewiesen, dass er „auf Wunsch den kostenlosen Newsletter" erhält

und diesen jederzeit abbestellen könne, nicht aber darüber aufgeklärt haben, dass seine E-Mail-Adresse zur **Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen** verwendet würde (LG München I). Die Werbung soll nach umstrittener Ansicht des LG Stuttgart auch dann ohne Vorliegen einer Einwilligung zulässig sein, wenn der Unternehmer die Werbung in eine an sich zulässige E-Mail integriert, z.B. einer Bestätigungsmail.

M16 Erlaubnis zur E-Mail-Werbung

❒ Ich möchte regelmäßig interessante Angebote per E-Mail erhalten. Meine E-Mail-Adresse wird nicht an andere Unternehmen weitergegeben. Diese Einwilligung zur Nutzung meiner E-Mail-Adresse für Werbezwecke kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen, indem ich den Link „Abmelden" am Ende des Newsletters anklicke, die Option XY im Mitgliederbereich deaktiviere oder die Abmeldefunktion auf dieser Seite nutze.

ODER

❒ Ich möchte den Newsletter abonnieren (Abmeldung jederzeit möglich).

ODER

E-Mail: <Feld zur Eingabe der E-Mail>

❒ Newsletter abonnieren

❒ Newsletter abbestellen

<Senden>

Hinweis auf Abbestellmöglichkeit ist gesetzlich erforderlich

Bei der Nutzung seiner E-Mail-Adresse zu Werbezwecken (**Newsletter-Abonnement**) müssen Sie den Abonnenten schon vor Einholung seiner Einwilligung ("Anmeldung") auf die **Widerrufsmöglichkeit mit Wirkung für die Zukunft ("Abbestellen") hinweisen** (§ 13 Abs. 3 TMG). Bitte klären Sie bei der Anmeldung zum Newsletter auf dem Eingabeformular im Bestellverlauf über die Widerrufsmöglichkeit auf, z. B. durch den Hinweis „Abmeldung jederzeit möglich". Eine **Abmeldung vom Newsletter, darf nicht ignoriert werden**. Erhält der Empfänger weiterhin den Newsletter, so liegt eine unzumutbare Belästigung vor, welche Unterlassungsansprüche auslöst, entschied das LG Lübeck.

2.2.3 Bonitätsprüfung

R87 **Bonitätsprüfungs**- und **Scoring-Verfahren** haben aus wirtschaftlicher Sicht ihre Berechtigung, die einzelnen Verfahren sind in ihren Details aber immer wieder Gegenstand der **Kritik von Daten- und Verbraucherschützern**. Nicht alle Dienstleister sind so anerkannt wie die SCHUFA oder Creditreform, die letztlich auch nicht ohne Kritiker ist (vgl. http://www.datenschutzzentrum.de/faq/schufa.htm) Es empfiehlt sich daher, mit offenen Karten zu spielen und den Kunden **Transparenz** über die eingesetzten Verfahren zu verschaffen sowie die ausdrückliche Einwilligung zur Bonitätsprüfung einzuholen. Sofern die Prüfung nicht aus **überwiegendem berechtigtem Interesse** erfolgt (z. B. wegen Vorleistung des Händlers), muss in jedem Fall die ausdrückliche Einwilligung des Kunden eingeholt werden. Der Kunde sollte zudem die **Entscheidungsfreiheit haben**, den Bestellvorgang abzubrechen, wenn er keine Bonitätsprüfung wünscht. Einwilligungen sollten **nicht in AGB versteckt** sein, sondern explizit eingeholt werden, d. h. bei Registrierung oder Auswahl der Zahlungsart. Mit folgenden Musterformulierungen kann eine Einwilligung zur Bonitätsprüfung eingeholt und in der Datenschutzerklärung über die Durchführung der Bonitätsprüfung informiert werden.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

M17 Einwilligung zur Bonitätsprüfung

❒ Ich willige ein, dass von [DemoShop] zum Zweck der eigenen Kreditprüfung ggf. Bonitätsauskünfte auf der Basis mathematisch-statistischer Verfahren von der [XYZ-Auskunftei, Bonitätsstraße, 12345 Score-Stadt] abgerufen werden. Meine Einwilligung kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen. Detaillierte Informationen zur Arbeitsweise der [XYZ-Auskunftei] finde ich unter http://www.xyz-auskunftei.

Sofern Sie diese Einwilligung des Kunden im Rahmen des Bestellprozesses einholen wollen, müssen Sie noch folgenden Hinweis in die Datenschutzerklärung aufnehmen:

Soweit Sie uns hierzu Ihre ausdrückliche Einwilligung erteilt haben, holen wir ggf. eine Bonitätsauskunft auf der Basis mathematisch-statistischer Verfahren bei der [XYZ-Auskunftei, Bonitätsstraße, 12345 Score-Stadt] ein. Hierzu übermitteln wir die zu einer Bonitätsprüfung benötigten personenbezogenen Daten an die [XYZ-Auskunftei] und verwenden die erhaltenen Informationen über die statistische Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsausfalls für eine abgewogene Entscheidung über die Begründung, Durchführung oder Beendigung des Vertragsverhältnisses. Diese Einwilligung können Sie jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen.

Die Bonitätsauskunft kann Wahrscheinlichkeitswerte (Score-Werte) beinhalten, die auf Basis wissenschaftlich anerkannter mathematisch-statistischer Verfahren berechnet werden und in deren Berechnung unter anderem Anschriftendaten einfließen. Ihre schutzwürdigen Belange werden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen berücksichtigt.

2.3 Inhalte der Datenschutzerklärung

R88 Wichtige Inhalte der Datenschutzerklärung sind **Art, Umfang, Zweck der Datenverarbeitung**, Übermittlung in Drittländer (§ 13 Abs. 1 TMG), Information über anonyme oder pseudonyme Nutzungsmöglichkeiten (falls möglich), Information über evtl. bestehende **Widerspruchs- und Widerrufsmöglichkeiten**, Information über Auskunfts-, Berichtigungs-, Sperrungs- und Löschungsrechte, **Informationen über Cookies** und ggf. **Wiedergabe von erteilten Einwilligungen** (Newsletter-Anmeldung etc.)

Datenschutzhinweise sind keine AGB

Der Kunde wird solche Hinweise nicht unter dieser Bezeichnung erwarten, außerdem sind sie keine Vertragsbedingungen. Bitte fügen Sie deshalb einen ständig verfügbaren und aussagekräftig beschrifteten Link namens „Datenschutz“ auf die Datenschutzerklärung in den Shop ein.

R89 Wenn Sie zweifeln, ob eine bestimmte Verarbeitung noch im unmittelbaren Zusammenhang mit der Bestellabwicklung steht, sollten Sie vorsichtshalber Ihre Kunden aufklären und um Erlaubnis bitten. Wichtige Anwendungsbereiche der **Einwilligung** sind

- **E-Mail-Newsletter** (Verwendung der Kundendaten zu Werbezwecken),
- **Bestellabbrecher-Mails**
- **Aufforderung zur Kundenbewertung**
- **Datenweitergabe** (sofern sie nicht zur Vertragserfüllung erfolgt),
- **Bonitätsprüfung** (sofern kein überwiegendes „berechtigtes Interesse“ vorliegt)

Vorsicht bei Scoring-Verfahren

Die Zulässigkeit von **Scoring-Verfahren** ist zwar inzwischen gesetzlich geregelt, jedoch sind derartige Praktiken nach wie vor äußerst umstritten und daher mit Vorsicht zu genießen. Der Kunde muss zuvor umfassend unterrichtet werden und es müssen die gesetzlich definierten Zulässigkeitsvoraussetzungen erfüllt sein. Bei Verstößen gegen das Datenschutzrecht drohen Bußgelder.

R90 Ein **Datenschutzbeauftragter** muss nach § 4f BDSG bestellt werden, wenn mehr als neun Personen im Unternehmen mit der automatisierten Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten beschäftigt sind.

R91 Bei Datenweitergabe an Dritte zu Werbezwecken sollten die **Empfänger ausdrücklich benannt** werden, damit der Kunde notfalls seine Rechte gegenüber diesen Dritten geltend machen kann. Eine Weitergabe an nicht näher bezeichnete „Partnerunternehmen" weckt das Misstrauen der Kunden. Gemäß § 28 Abs. 3 Satz 4 BDSG können ab 1.9.2009 personenbezogene Daten für Zwecke der Werbung für fremde Angebote genutzt werden, wenn für den Betroffenen bei der Ansprache zum Zwecke der Werbung die für die Nutzung der Daten verantwortliche Stelle eindeutig erkennbar ist. In diesem Fall ist die Herkunft der Daten für die Dauer von 2 Jahren zu speichern und dem Betroffenen auf Anfrage Auskunft zu erteilen (§ 34 Abs. 1a BDSG).

2.3.1 Bonitätsprüfung

R92 Eine **Bonitätsprüfung** darf bei **überwiegendem berechtigtem Interesse** durchgeführt werden, wenn der Kunde darauf hingewiesen wird. Ein überwiegendes berechtigtes Interesse wird angenommen, wenn Sie in **Vorleistung** treten (z. B. Lieferung auf Rechnung). Besteht kein überwiegendes berechtigtes Interesse (z. B. Lieferung gegen Vorkasse), ist eine Einwilligung des Kunden erforderlich (§ 4 a BDSG). **Je nach Zahlungsart** muss also untersucht werden, ob Sie in Vorleistung treten oder nicht.

R93 Mit der **Musterformulierung M22** wird über eine mögliche **Bonitätsprüfung** informiert, die bei überwiegendem berechtigtem Interesse (z. B. Lieferung auf offene Rechnung) ohne Einwilligung möglich ist. Zugleich wird mit dem Muster über den Einsatz von **Scoring-Verfahren** informiert, da Bonitätsauskünfte von Auskunfteien in aller Regel auch Score-Werte beinhalten. Die genaue **Bezeichnung der Datenempfänger** ist nicht gesetzlich vorgeschrieben, aber empfehlenswert. Auch bei einer Bonitätsprüfung mit überwiegendem berechtigtem Interesse ist die Einholung einer Einwilligung im Bestellprozess kundenfreundlicher. Da in diesem Bereich in rechtlicher Hinsicht nach wie vor zahlreiche Streitpunkte bestehen, sollte der Händler **so umfassend wie möglich über Auskunftei und Scoring-Verfahren informieren**. Es sollte also eine vollständige Namens- und Adressbezeichnung erfolgen, sowie die ausdrückliche Einwilligung des Kunden zur Bonitätsprüfung eingeholt werden. Bezüglich des Verfahrens dürfte es ausreichen, wenn dem Kunden mitgeteilt wird, **aufgrund welcher wissenschaftlichen Grundlagen** die Prüfung erfolgt (z. B. mathematisch-statistisches Verfahren). Damit der Kunde sich aber genau über die Arbeit der Auskunftei informieren kann, ist neben der Namensnennung ein Link auf die Informationsseiten der Auskunftei zu empfehlen.

R94 Nach § 28b BDSG n.F. ist die Erhebung und Verwendung eines Wahrscheinlichkeitswertes über ein bestimmtes zukünftiges Verhalten (**Score-Wert**) zum Zwecke der Entscheidung über die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines Vertragsverhältnisses nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig. So muss etwa die Berechnung des Score-Wertes auf Basis eines wissenschaftlich anerkannten mathematisch-statistischen Verfahrens erfolgen und es dürfen nicht ausschließlich Anschriftendaten für die Berechnung verwendet werden. Fließen auch Anschriftendaten in die Berechnung ein, ist der Betroffene zuvor über die vorgesehene Nutzung dieser Daten zu unterrichten und die Unterrichtung zu dokumentieren.

2.3.2 Cookies

Werden **Cookies eingesetzt**, die eine spätere Identifizierung des Nutzers ermöglichen und eine Erhebung oder Verwendung personenbezogener Daten vorbereiten, ist der Nutzer zu Beginn dieses Verfahrens zu unterrichten. Der Inhalt der Unterrichtung muss für den Nutzer jederzeit abrufbar sein (§ 13 Abs. 1 TMG). Zudem sind Angaben zu machen, wie die Annahme von Cookies verhindert werden kann.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

2.3.3 Web-Analyse-Tools

R95 Beim Einsatz von Web-Analyse-Tools gelten weitere Voraussetzungen. Da hier eine Profilbildung stattfindet, muss der Nutzer darüber informiert werden. Außerdem muss er auch erfahren, wie er dieser Profilbildung widersprechen kann. Das bedeutet, dass der Kunde sich ausdrücklich damit einverstanden erklären muss, dass sein Nutzungsprofil in Zusammenhang mit seinen personenbezogenen Daten gebracht und zu gezielter Analyse genutzt wird.

R96 Im November 2009 haben sich die **obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz** im nicht-öffentlichen Bereich im Rahmen eines alljährlichen Treffens („Düsseldorfer Kreis“) auch zu der Verwendung von **Web-Analyse-Tools** geäußert. Sie hielten fest, dass Nutzungsprofile nur bei der Verwendung von Pseudonymen erstellt werden dürfen und dass die IP-Adresse kein Pseudonym im Sinne des TMG darstellt. Sie legten u. a. (nicht verbindlich) fest:

- „Den Betroffenen ist eine Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Erstellung von Nutzungsprofilen einzuräumen. Derartige Widersprüche sind wirksam umzusetzen.
- Die pseudonymisierten Nutzungsdaten dürfen nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden. Sie müssen gelöscht werden, wenn ihre Speicherung für die Erstellung der Nutzungsanalyse nicht mehr erforderlich ist oder der Nutzer dies verlangt.
- Auf die Erstellung von pseudonymen Nutzungsprofilen und die Möglichkeit zum Widerspruch müssen die Anbieter in deutlicher Form im Rahmen der Datenschutzerklärung auf ihrer Internetseite hinweisen. [...]
- Die Analyse des Nutzungsverhaltens unter Verwendung vollständiger IP-Adressen (einschließlich einer Geolokalisierung) ist aufgrund der Personenbeziehbarkeit dieser Daten daher nur mit bewusster, eindeutiger Einwilligung zulässig. Liegt eine solche Einwilligung nicht vor, ist die IP-Adresse vor jeglicher Auswertung so zu kürzen, dass eine Personenbeziehbarkeit ausgeschlossen ist.“

Im September 2010 folgte dann eine Mitteilung des Datenschutzbeauftragten aus Hamburg hinsichtlich der Nutzung des Tracking-Tools Google Analytics. Dieses Tool kann unter der Einhaltung von vier Voraussetzungen im Shop rechtskonform eingesetzt werden:

1. mit Google muss ein schriftlicher Vertrag über die Auftragsdatenverarbeitung geschlossen werden,
2. im Rahmen der Datenschutzerklärung muss über die Verarbeitung personenbezogener Daten aufklären und auf die Widerspruchsmöglichkeiten hiergegen informieren,
3. der Betreiber der Website muss durch entsprechende Einstellungen des Tool Google mit der Kürzung der IP-Adressen beauftragen. Hierzu ist die Einbindung der Funktion “_anonymizeIp()” auf jeder Seite, auf der das Tool eingesetzt wird notwendig und
4. alle bisher rechtswidrig gesammelten Daten müssen gelöscht werden. Hierfür bietet Google nach Kenntnis der Datenschützer nur den Weg an, sein bestehendes Google Analytics-Profil zu löschen und einen neuen Account anzulegen.

2.3.4 Rechtsfolgen bei Verstößen

R97 Bei **Verstößen** gegen datenschutzrechtliche Vorschriften drohen staatliche Sanktionen in Form von **Bußgeldern bis zu 300.000,– EUR** bis hin zum Entzug der Gewerbeerlaubnis oder Freiheitsstrafen. Das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht verhängte beispielsweise einen **Bußgeldbescheid** gegen ein Unternehmen, welches eine **E-Mail mit offener Verteilerliste** (die ausgedruckt 9,5 A4-Seiten lang war). Unternehmen sollten beachten, Verteilerlisten immer in das BCC-Feld zu schreiben. Zunehmend werden Datenschutzverstöße wegen des Verbraucherschutzbezugs auch **von Verbraucherverbänden abgemahnt** und gerichtlich verfolgt.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ob Verstöße gegen das Datenschutzrecht als Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG abgemahnt werden können. Das KG Berlin verneinte einen Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG, wenn in der Datenschutzerklärung nicht über die **Erhebung, Nutzung und Übertragung der Daten** der Kunden unterrichtet wird, obwohl diese Information gemäß § 13 TMG vorgeschrieben ist. Die Entscheidung des Kammergerichts traf in der juristischen Literatur allerdings **ausschließlich auf Ablehnung**, sodass man sich nicht darauf verlassen sollte, dass andere Gerichte hier ebenso entscheiden. Das **OLG Hamburg** folgte der Auffassung des KG Berlin nicht und entschied zutreffend, dass eine fehlende Information über die Verwendung von Kundendaten einen **Wettbewerbsverstoß** i.S.d. § 4 Nr. 11 UWG darstellt und somit **abgemahnt** werden kann.

2.4 Muster für die Datenschutzerklärung

2.4.1 Basis-Muster

R98 Das folgende Muster für eine Datenschutzerklärung können Sie verwenden, wenn die Kundendaten auch über die Abwicklung einer Bestellung hinaus genutzt werden können, z. B. zur dauerhaften Speicherung unter einem Benutzernamen (**Kundenkonto**), zum Versand eines **Newsletters** oder beim Einsatz von **Web-Analyse-Tools**.

> **Information über Daten-Verwendung zu Werbezwecken**
>
> Häufig findet sich in der Datenschutzerklärung der Hinweis, dass die Kundendaten **ausschließlich zur Vertragserfüllung** genutzt werden. Dies ist **unzutreffend, wenn ein Newsletter abonniert** werden kann, denn dann wird die E-Mail Adresse auch zu Marketing- und Werbezwecken genutzt. Dies muss in der Datenschutzerklärung zum Ausdruck kommen.

R99 Für diese Verwendungszwecke sind zudem grundsätzlich **Einwilligungen erforderlich**, die explizit eingeholt werden müssen (per nicht vorangekreuzter Checkbox). Das AG Hamburg entschied, dass „Opt-In"- und „Confirmed Opt-In"-Methoden eine ungewollte E-Mail-Werbung nicht verhindern können. Nur die **„Double Opt-In"-Methode** sei im rechtlichen Sinne geeignet, das Einverständnis des Empfängers beweisbar einzuholen. Darüber hinaus muss der Kunde auf **Widerrufsrechte** hingewiesen werden (z. B. Abmeldemöglichkeit vom Newsletter).

M18 Basis Datenschutzerklärung mit Kundenregistrierung und Newsletter

Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserer Website. Der Schutz Ihrer Privatsphäre ist für uns sehr wichtig. Nachstehend informieren wir Sie ausführlich über den Umgang mit Ihren Daten.

Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten

Sie können unsere Seite besuchen, ohne Angaben zu Ihrer Person zu machen. Wir speichern lediglich Zugriffsdaten ohne Personenbezug wie z. B. den [Namen Ihres Internet Service Providers, die Seite, von der aus Sie uns besuchen oder den Namen der angeforderten Datei]. Diese Daten werden ausschließlich zur Verbesserung unseres Angebotes ausgewertet und erlauben keinen Rückschluss auf Ihre Person.

Personenbezogene Daten werden nur erhoben, wenn Sie uns diese im Rahmen Ihrer Bestellung [oder bei Eröffnung eines Kundenkontos [oder Registrierung für unseren Newsletter] freiwillig mitteilen. Wir verwenden die von ihnen mitgeteilten Daten ohne Ihre gesonderte Einwilligung ausschließlich zur Erfüllung und Abwicklung Ihrer Bestellung. Mit vollständiger Abwicklung des Vertrages und vollständiger Kaufpreiszahlung werden Ihre Daten für die weitere Verwendung gesperrt und nach Ablauf der steuer- und handelsrechtlichen Aufbewahrungsfristen gelöscht, sofern Sie nicht ausdrücklich in die weitere Nutzung Ihrer Daten eingewilligt haben. [Bei Anmeldung zum Newsletter wird Ihre E-Mail-Adresse für eigene Werbezwecke genutzt, bis Sie sich vom Newsletter abmelden. Die Abmeldung ist jederzeit möglich.]

Verwendung von Cookies

Um den Besuch unserer Website attraktiv zu gestalten und die Nutzung bestimmter Funktionen zu ermöglichen, verwenden wir auf verschiedenen Seiten sogenannte Cookies. Hierbei handelt es sich um kleine Textdateien, die auf Ihrem Endgerät abgelegt werden. Einige der von uns verwendeten Cookies werden nach dem Ende der Browser-Sitzung, also nach Schließen Ihres Browsers, wieder gelöscht (sog. Sitzungs-Cookies). Andere Cookies verbleiben auf Ihrem Endgerät und ermöglichen uns oder unseren Partnerunternehmen, Ihren Browser beim nächsten Besuch wiederzuerkennen (persistente Cookies).

Sie können Ihren Browser so einstellen, dass Sie über das Setzen von Cookies informiert werden und einzeln über deren Annahme entscheiden oder die Annahme von Cookies für bestimmte Fälle oder generell ausschließen. Bei der Nichtannahme von Cookies kann die Funktionalität unserer Website eingeschränkt sein.

Weitergabe personenbezogener Daten

Eine Weitergabe Ihrer Daten erfolgt an das mit der Lieferung beauftragte Versandunternehmen, soweit dies zur Lieferung der Waren notwendig ist. Zur Abwicklung von Zahlungen geben wir Ihre Zahlungsdaten an das mit der Zahlung beauftragte Kreditinstitut bzw. an den im Bestellprozess gewählten Zahlungsdienstleister weiter.

Auskunftsrecht

Nach dem Bundesdatenschutzgesetz haben Sie ein Recht auf unentgeltliche Auskunft über die zu Ihrer Person bei uns gespeicherten Daten sowie ggf. ein Recht auf Berichtigung, Sperrung oder Löschung dieser Daten.

Ansprechpartner für Datenschutz

Bei Fragen zur Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung Ihrer personenbezogenen Daten, bei Auskünften, Berichtigung, Sperrung oder Löschung von Daten sowie Widerruf erteilter Einwilligungen wenden Sie sich bitte an:

[Name, Anschrift des Ansprechpartners für Datenschutz
ggf. betrieblicher Datenschutzbeauftragter].

2.4.2 Optionale Erweiterungen für die Datenschutzerklärung

R100 Werden **personenbezogene Daten** im Shop **verschlüsselt** übertragen, sollte hierüber in der Datenschutzerklärung informiert werden. Zusätzlich können Angaben zur Art der Verschlüsselung (z. B. SSL) und der Verschlüsselungstiefe gemacht werden. Die Übertragung **sensibler Zahlungsdaten**, wie Konto- oder Kreditkartendaten, muss in jedem nur über eine verschlüsselte Verbindung erfolgen. **Bankdaten** und vor allem Kreditkartendaten sollten Sie wegen der Gefahr des **Datendiebstahls** möglichst nicht selbst speichern, sondern entsprechende **Payment-Dienstleister** einsetzen. Zur Speicherung von **Kreditkartendaten** ist es außerdem erforderlich, dass der **PCI-DSS Standard** erfüllt wird, den die Payment-Dienstleister in der Regel bieten.

R101 Wenn Sie als Online-Händler **Kreditkartendaten** speichern, müssen Sie diese verstärkt vor unerlaubtem Zugriff schützen. MasterCard und VISA verlangen, dass sich weltweit alle E-Shop-Betreiber in Zukunft regelmäßig nach den Standards MasterCard Site Data Protection (SDP) und VISA Account Information Security (AIS) zertifizieren lassen. Nicht zertifizierten Unternehmen droht, bei einem Datendiebstahl für den entstandenen Schaden haftbar gemacht zu werden.

M19 Verschlüsselung personenbezogener Daten

Datensicherheit

Ihre personenbezogenen Daten werden im Bestellprozess verschlüsselt mittels [Angaben zur Verschlüsselung] über das Internet übertragen. [Kreditkartendaten werden nicht gespeichert, sondern direkt von unserem Payment-Dienstleister XY erhoben und verarbeitet.] Wir sichern unsere Website und sonstigen Systeme durch technische und organisatorische Maßnahmen gegen Verlust, Zerstörung, Zugriff, Veränderung oder Verbreitung Ihrer Daten durch unbefugte Personen. [Der Zugang zu Ihrem Kundenkonto ist nur nach Eingabe Ihres persönlichen Passwortes möglich. Sie sollten Ihre Zugangsinformationen stets vertraulich behandeln und das Browserfenster schließen, wenn Sie die Kommunikation mit uns beendet haben, insbesondere wenn Sie den Computer gemeinsam mit anderen nutzen.]

R102 Setzen Sie auf Ihrer Website **Web-Analyse-Tools** ein, ist darüber in der Datenschutzerklärung zu informieren. In diese Information muss ein Hinweis auf die Widerspruchsmöglichkeit des Seitenbesuchers aufgenommen werden.

M20 Erstellung pseudonymer Nutzungsprofile zur Webanalyse

Auf dieser Website werden durch [Einsetzen: Name des verwendeten Tools], einem Webanalysedienst des Anbieters [Einsetzen: Name des Anbieters], Daten erhoben und gespeichert, aus denen unter Verwendung von Pseudonymen Nutzungsprofile erstellt werden. Diese Nutzungsprofile dienen der Analyse des Besucherverhaltens und werden zur Verbesserung und bedarfsgerechten Gestaltung unseres Angebots ausgewertet.

Hierzu können Cookies eingesetzt werden. Dies sind kleine Textdateien, die lokal auf dem Endgerät des Seitenbesuchers gespeichert werden und so eine Wiedererkennung beim erneuten Besuch unserer Website ermöglichen.

Die pseudonymisierten Nutzungsprofile werden ohne eine gesondert zu erteilende, ausdrückliche Einwilligung nicht mit personenbezogenen Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt.

Der Datenerhebung und -speicherung zum Zwecke der Webanalyse können Sie jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen, indem Sie [Einsetzen: die angebotene(n) Widerspruchsmöglichkeit(en)].

R103 Das folgende Muster dient der Information über eine Durchführung von Bonitätsprüfungen. die bei überwiegendem berechtigtem Interesse (z. B. Lieferung auf offene Rechnung) ohne Einwilligung möglich ist. Zugleich wird mit dem Muster über den Einsatz von **Scoring-Verfahren** informiert, da Bonitätsauskünfte von Auskunfteien in aller Regel auch Score-Werte beinhalten (vgl. auch R99).

M21 Hinweis auf die Durchführung von Bonitätsprüfungen

Bonitätsprüfung und Scoring

Sofern wir in Vorleistung treten, z. B. bei einem Kauf auf Rechnung, holen wir zur Wahrung unserer berechtigten Interessen ggf. eine Bonitätsauskunft auf der Basis mathematisch-statistischer Verfahren bei der [XYZ-Auskunftei, Bonitätsstraße, 12345 Scorstadt] ein. Hierzu übermitteln wir die zu einer Bonitätsprüfung benötigten personenbezogenen Daten an die [XYZ-Auskunftei] und verwenden die erhaltenen Informationen über die statistische Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsausfalls für eine abgewogene Entscheidung über die Begründung, Durchführung oder Beendigung des Vertragsverhältnisses.

Die Bonitätsauskunft kann Wahrscheinlichkeitswerte (Score-Werte) beinhalten, die auf Basis wissenschaftlich anerkannter mathematisch-statistischer Verfahren berechnet werden und in deren Berechnung unter anderem Anschriftendaten einfließen. Ihre schutzwürdigen Belange werden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen berücksichtigt.

R104 Die **Übermittlung von Negativdaten an Auskunfteien** ist nur unter den in § 28a BDSG n.F. genannten Voraussetzungen zulässig. So setzt die Übermittlung personenbezogener Daten über eine Forderung u. a. die Fälligkeit der geschuldeten Leistung und ein berechtigtes Interesse der verantwortlichen Stelle oder eines Dritten voraus. Darüber hinaus sind im neuen § 28a BDSG weitere Zulässigkeitsvoraussetzungen festgelegt, die vor jeder Datenübermittlung geprüft werden sollten. Mit dem nachfolgenden Muster wird über die Übermittlung von Negativdaten an Auskunfteien in den gesetzlich zulässigen Fällen informiert.

M22 Hinweis auf die Übermittlung von Negativdaten

Übermittlung von Negativdaten

Während der Dauer der Kundenbeziehung übermitteln wir in den gesetzlich zulässigen Fällen ggf. Adress- und Negativdaten an die [XYZ-Auskunftei, Bonitätsstraße, 12345 Scorestadt], die bei berechtigtem Interesse Dritten für Kreditprüfungszwecke Bonitätsinformationen auf Basis mathematisch-statistischer Verfahren zur Verfügung stellt. Ihre schutzwürdigen Belange werden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen berücksichtigt. Detaillierte Informationen zur Arbeitsweise der [XYZ-Auskunftei] finden Sie unter http://www.xyz-auskunftei.de

R105 Werden **Einwilligungen**, z. B. zum Versand eines Newsletters, **im Bestellprozess** oder bei der Kundenregistrierung eingeholt, sollten diese in der Datenschutzerklärung wiederholt werden (der Inhalt einer elektronischen Einwilligung muss jederzeit abrufbar sein, § 13 Abs. 2 Nr. 3 TMG). Bei der Gestaltung dieses Teils der Datenschutzerklärung ist darauf zu achten, dass nicht der Eindruck entsteht, es handele sich um die eigentliche Einwilligung. Es muss klar hervorgehen, dass hier lediglich die gesetzliche Pflicht erfüllt wird und der Inhalt einer evtl. erteilten Einwilligung wiederholt wird. Dabei ist darauf zu achten, dass die Texte dieser Wiederholungen mit den tatsächlich eingeholten Einwilligungen übereinstimmen.

M23 Wiederholung von Einwilligungen in der Datenschutzerklärung

Wiederholung von Einwilligungserklärungen

Die nachstehende(n) Einwilligung(en) haben Sie uns ggf. ausdrücklich erteilt und wir haben Ihre Einwilligung protokolliert. Nach dem Telemediengesetz sind wir verpflichtet, den Inhalt von Einwilligungen jederzeit zum Abruf bereit zu halten. Sie können Ihre Einwilligung(en) jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen.

a) Erlaubnis zur E-Mail-Werbung (ANPASSEN AN DEN TEXT IM BESTELLPROZESS)

❒ Ich möchte regelmäßig Angebote aus der Kategorie … per E-Mail erhalten. Meine E-Mail-Adresse wird nicht an andere Unternehmen weitergegeben. Diese Einwilligung zur Nutzung meiner E-Mail-Adresse für Werbezwecke kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen, indem ich den Link „Abmelden“ am Ende des Newsletters anklicke oder die Option XY im Mitgliederbereich deaktiviere.

b) Registrierung (ANPASSEN AN DEN TEXT IM BESTELLPROZESS)

❒ Ich möchte mich für künftige Bestellungen registrieren und bitte um Aufnahme meiner Daten in Ihre Kundendatenbank.

c) Bonitätsprüfung (ANPASSEN AN DEN TEXT IM BESTELLPROZESS)

❒ Ich willige ein, dass von [DemoShop] zum Zweck der eigenen Kreditprüfung ggf. Bonitätsauskünfte auf der Basis mathematisch-statistischer Verfahren von der [XYZ-Auskunftei, Bonitätsstraße, 12345 Scorestadt] abgerufen werden. Meine Einwilligung kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen. Detaillierte Informationen zur Arbeitsweise der [XYZ-Auskunftei] finde ich unter http://www.xyz-auskunftei.de

Hinweis zum Einsatz der Muster

Bitte beachten Sie, dass es sich bei den Einwilligungstexten in den Mustern nur um Beispiele handelt, die Sie **anpassen** müssen, je nachdem, welchen Text Sie im Bestellprozess verwenden. Sie können je nach Bedarf auch **weitere Einwilligungen aufnehmen oder weglassen**.

3 Warenangebot

Rechtsquellen: §§ 312d, 312f, § 312g BGB, Art. 246a § 1 Nr. 1 EGBGB, §§ 433ff. BGB, §§ 3-6 UWG, Preisangabenverordnung (PAngV), Produkthaftungsgesetz, Spezialgesetze (hier nicht behandelt, z. B. Lebensmittelgesetz, Heilmittelwerbegesetz, Arzneimittelgesetz, Kosmetikverordnung, Fleischhygienegesetz, Jugendschutzgesetze etc.)

R106 Diese Checkliste für die Produktseite:

- ☐ Information über alle wesentlichen Merkmale der Ware bzw. Dienstleistung
- ☐ Angabe der Gesamtpreise und ggf. Grundpreise
- ☐ Angabe, ob und welche Versandkosten anfallen (incl. Auslandsversandkosten)
- ☐ Hinweis auf MwSt. und Versandkosten spätestens auf Produktdetailseiten und vor Einleitung des Bestellvorgangs
- ☐ Versandkostentabelle ist klar und verständlich
- ☐ Angabe von weiteren Zusatzkosten wie z. B. Nachnahmegebühren, Steuern und Zölle
- ☐ Bei Werbung mit Testergebnissen ordnungsgemäße Angabe der Fundstelle
- ☐ Beachtung der erweiterten Kennzeichnungsvorschriften für bestimmte Produkte
- ☐ Link zur Versandkostenseite, wenn diese nicht bei jedem Artikel benannt werden
- ☐ Keine mehrdeutigen Preisgegenüberstellungen
- ☐ Angabe der Gültigkeitsdauer bei befristeten Angeboten
- ☐ Angaben zur Lieferzeit zu jedem Artikel
- ☐ Information über die einzelnen technischen Schritte, die zum Vertragsschluss führen
- ☐ Information über Lieferbeschränkungen spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs

3.1 Produktbeschreibung

3.1.1 Die wesentlichen Merkmale der Ware

R107 Der Kunde ist vor Abgabe der Bestellung in **klarer und verständlicher Weise** über die **wesentlichen Merkmale der Ware** zu informieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Ware vorher nicht in Augenschein genommen werden kann, so dass Bilder und Beschreibungen eine wichtige **Entscheidungsgrundlage für den Kunden** darstellen. Erforderlich ist die **richtige und vollständige Beschreibung**, d.h. alle für die Kaufentscheidung wesentlichen Eigenschaften und Merkmale. **Fehler**, die den Wert der angebotenen Ware mindern, müssen wahrheitsgemäß

angegeben werden. Das **Produktbild** muss ebenfalls der zur verkaufenden Ware entsprechen (BGH). Sind auf dem Bild weitere Dinge abgebildet, die nicht mit zum Angebot gehören, muss darüber in einem klaren, unmissverständlichen und am Blickfang teilhabenden Hinweis irrtumsausschließend aufgeklärt werden (OLG Hamm). Warenbeschreibungen dürfen **nicht irreführend** sein, sondern müssen das Produkt **sachlich** beschreiben. Eine irreführende Produktbeschreibung liegt nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG z. B. vor, wenn fehlerhafte Angaben zu „**Verfügbarkeit**, Art, Ausführung, Zusammensetzung, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung oder Erbringung, die **Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit**, Menge, **Beschaffenheit**, die geographische oder betriebliche **Herkunft** oder die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse oder die Ergebnisse und wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren“ gemacht werden. Beim Angebot von **Sonnenschirmen** gehören die Maße, Form und Farbe sowie das Material des Gestells, der Stoff und das Gewicht zu den wesentlichen Merkmalen (OLG Hamburg). Bei **Kontaktlinsen** gehören die Sehstärke, die Verwendungsdauer, das Material sowie die Größe der Linsen zu den wesentlichen Merkmalen (LG Essen). Irreführende oder fehlende Angaben über die wesentlichen Merkmale der Ware können von Mitbewerbern abgemahnt werden.

Keine Verletzung von Urheberrechten

Die verwendeten **Produktbilder** oder Beschreibungstexte dürfen nicht **Urheberrechte** anderer verletzen (z. B. Übernahme von Herstellerfotos ohne Genehmigung). Urheberrechtsverletzungen sind ein häufiger Abmahnungsgrund, und Widerstand ist in solchen Fällen meist wenig erfolgreich.

Alte Produkte als Neuware

Ware, die schon seit vielen Jahren im Lager liegt, darf nicht mit „**Artikelzustand: neu**“ beschrieben werden (OLG Saarland). Wie lange das Produkt bereits im Lager liegen muss, um nicht mehr als Neuware zu gelten, kann nicht pauschal beantwortet werden. In dem Fall ging es um Kugellager, die zwar noch originalverpackt, aber immerhin schon 20 Jahre alt waren. Außerdem konnten die Umstände der genauen Lagerung nicht rekonstruiert werden, sodass unklar war, ob die Kugellager noch einwandfrei waren.

Keine Werbung mit Echtheit der Ware

Jeder Händler ist verpflichtet, **Originalware** zu verkaufen. Tut er das nicht, ist er wiederum verpflichtet, über diesen Umstand zu informieren. Eine Werbung mit der Echtheit eines Produktes stellt aus diesen Gründen grundsätzlich eine **Werbung mit Selbstverständlichkeiten** dar und ist somit irreführend (LG Frankfurt, LG Bochum). Für die Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist es nicht erforderlich, dass die Selbstverständlichkeit in irgendeiner Weise **hervorgehoben** ist. Es reicht vielmehr, dass beim Verbraucher der **unrichtige Eindruck** erweckt wird, der Online-Händler hebe sich bei seinem Angebot von denen der Mitbewerber durch die Einräumung eines **freiwilligen Rechts** ab.
Eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten liegt allerdings dann nicht vor, wenn dem Verbraucher unmittelbar mitgeteilt wird, dass ihm keine Rechte eingeräumt werden, die ihm nicht schon kraft Gesetzes zustehen, z.B. „Für alle Produkte gilt **selbstverständlich** ebenfalls die gesetzliche Gewährleistung von zwei Jahren“ (BGH).

R108 **Markenrechte** sind zu beachten, insbesondere darf durch Nennung fremder Markennamen nicht der Ruf einer Marke ausgenutzt werden. Außerdem sind produktspezifische **Werbebeschränkungen und Hinweispflichten** zu beachten (z. B. **Lebensmittel, Heilmittel, Arzneimittel, Kosmetika, Tabak, Alkohol**).

M24 Wesentliche Merkmale der Ware

Maßband, 2 Meter x 1,5 cm

Material: PVC, Made in Germany, Farbe: Schwarz/weiß, Vorderseite: cm-Skala, Rückseite: weiß.

3.1.2 Testergebnisse und Siegel

R109 Bei der Werbung mit Testergebnissen muss eine **ordnungsgemäße Angabe der Fundstelle** erfolgen, wobei diese gut lesbar sein muss. Die Angabe einer Fundstelle mit näheren Informationen zu den Prüfkriterien stellt auch bei der Werbung mit Prüfsiegeln eine „wesentliche Information" dar (OLG Düsseldorf). Die Rechtsprechung empfiehlt dabei die Verwendung einer **Schriftgröße, die nicht kleiner als 6-Punkt** ist (KG Berlin, OLG Celle, OLG Frankfurt a.M.). Fand im Anschluss an den beworbenen Test ein weiterer mit **geänderten Kriterien** statt, stellt die Werbung mit dem älteren Testergebnis eine **Irreführung** dar (LG Hamburg). Selbstverständlich dürfen auch nur getestete Produkte mit einem Testergebnis beworben werden (BGH). Die Werbung mit einem **TÜV-Siegel** für den Online-Shop ist dann **irreführend**, wenn das Siegel nicht nach einer Prüfung durch den TÜV vergeben wurde, sondern das Testsiegel auf einer vom TÜV ausgewerteten **Kundenbefragung** basiert (OLG Saarbrücken).

3.1.3 Batterien

R110 Das Batteriegesetz regelt unter anderem Kennzeichnungspflichten (§ 17 Abs. 3) und Verkehrsverbote (§ 3) für Batterien, die bestimmte Höchstgrenzen für die enthaltenen Metalle überschreiten. Neben Anzeige-, Informations- und Kennzeichnungspflichten der **Hersteller** (hierunter fallen auch **Importeure**) sowie der Verpflichtung zur Einrichtung eines Gemeinsamen Rücknahmesystems (www.grs-batterien.de), wenn kein herstellereigenes Rücknahmesystem eingerichtet wird, existieren auch Pflichten, welche die **Vertreiber von Batterien** zu erfüllen haben. Gemäß § 9 Abs. 1 BattG ist jeder Vertreiber verpflichtet, vom Endnutzer Altbatterien an oder in unmittelbarer Nähe der Verkaufsstelle **unentgeltlich zurückzunehmen**. Beim Versandhandel ist das Versandlager die Verkaufsstelle. Ob dies jedoch bedeutet, dass Kunden einem Shopbetreiber alte Batterien unfrei zurücksenden dürfen, ist noch ungeklärt.

Shopbetreiber, die Batterien vertreiben, haben **entweder auf ihrer Website oder schriftlich mit der Warensendung** (nicht per E-Mail) darüber zu informieren,

- dass Batterien nach Gebrauch an der Verkaufsstelle unentgeltlich zurückgegeben werden können,
- dass der Endnutzer zur Rückgabe von Altbatterien gesetzlich verpflichtet ist und
- welche Bedeutung das Symbol nach § 17 Abs.1 (die durchgekreuzte Mülltonne) und die Zeichen nach § 17 Abs. 3 (die chemischen Zeichen der Metalle) haben.

Hersteller sind gemäß § 18 Abs. 2 BattG über diese Informationspflichten hinaus dazu verpflichtet, „über die möglichen Auswirkungen der in Batterien enthaltenen Stoffe auf die Umwelt und die menschliche Gesundheit sowie über die Bedeutung der getrennten Sammlung und der Verwertung von Altbatterien für Umwelt und Gesundheit zu informieren".

M25 Hinweis nach Batteriegesetz

Da in unseren Sendungen Batterien und Akkus enthalten sein können, sind wir nach dem Batteriegesetz (BattG) verpflichtet, Sie auf Folgendes hinzuweisen: Batterien und Akkus dürfen nicht im Hausmüll entsorgt werden, sondern Sie sind zur Rückgabe gebrauchter Batterien und Akkus gesetzlich verpflichtet. Altbatterien können Schadstoffe enthalten, die bei nicht sachgemäßer Lagerung oder Entsorgung die Umwelt oder Ihre Gesundheit schädigen können. Batterien enthalten aber auch wichtige Rohstoffe wie z. B. Eisen, Zink, Mangan oder Nickel und können verwertet werden. Sie können die Batterien nach Gebrauch entweder an uns zurücksenden oder in unmittelbarer Nähe (z. B. im Handel oder in kommunalen Sammelstellen oder in unserem Versandlager) unentgeltlich zurückgegeben. Die Abgabe in Verkaufsstellen ist dabei auf für Endnutzer für die übliche Mengen sowie solche Altbatterien beschränkt, die der Vertreiber als Neubatterien in seinem Sortiment führt oder geführt hat.

Das Zeichen mit der durchgekreuzten Mülltonne bedeutet, dass Sie Batterien und Akkus nicht im Hausmüll entsorgen dürfen. Unter diesem Zeichen finden Sie zusätzlich nachstehende Symbole mit folgender Bedeutung:

Pb: Batterie enthält Blei

Cd: Batterie enthält Cadmium

Hg: Batterie enthält Quecksilber

3.1.4 Bücher

R111 Bücher unterliegen dem Buchpreisbindungsgesetz, d. h. sie dürfen nur zu dem von Verlegern und Importeuren **festgesetzten Preis** verkauft werden und zwar so lange, bis dieser aufgehoben wird (§ 8 Abs. 1 BuchPrG). Während dieser Zeit ist ein Verkauf unter dem festgesetzten Preis verboten. Auch Bonusprogramme für Buchkäufe sind unzulässig (OLG Frankfurt a.M.). **Kleine Sachzugaben** sind bei dem Verkauf von Büchern gestattet, solange diese von geringem Wert sind oder wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen (§ 7 Abs. 4 Nr. 1 BuchPrG). Die Buchpreisbindung gilt nicht für Hörbücher, Mängelexemplare (diese sind als solche zu kennzeichnen) oder fremdsprachige Bücher, die nicht überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind. Ob **E-Books** unter das Gesetz fallen, ist noch nicht eindeutig geklärt, allerdings wahrscheinlich.

3.1.5 CE-Kennzeichnung

R112 Das CE-Kennzeichen ist recht bekannt, wird allerdings kaum beachtet. Dabei sollten Online-Händler darauf achten, dass die Produkte, die mit einem CE-Zeichen gekennzeichnet sein müssen, auch eines aufweisen. CE steht für „Communautés Européenes“ (franz. für „Europäische Gemeinschaften“) und soll im EU-Recht die **Produktsicherheit bestimmter Warengruppen** garantieren. Mit der Anbringung der CE-Kennzeichnung bestätigt der Hersteller, dass das Produkt **den geltenden europäischen Richtlinien entspricht** und somit in den Verkehr gebracht werden darf. Grundsätzlich muss jeder Händler selbst überprüfen, ob sein Produkt die geltenden Richtlinien einhält, eine Überprüfung erfolgt gerade nicht durch ein unabhängiges Prüfungsinstitut. Eine Werbung mit **„CE-geprüft“** wird daher als **irreführend** angesehen.

R113 Welche Produkte der CE-Kennzeichnung unterliegen, legen die jeweiligen Richtlinien fest. So bestimmt etwa Art. 5 Abs. 1 der RL 96/57/EG über Anforderungen im Hinblick auf die Energieeffizienz von elektrischen **Haushaltskühl- und -gefriergeräten** und entsprechenden Kombinationen: „Die Geräte dürfen nur mit der CE-Kennzeichnung in Verkehr gebracht werden. Diese besteht aus der Buchstabenfolge "CE". Das Modell der Kennzeichnung ist in Anhang III wiedergegeben. Die CE-Kennzeichnung ist deutlich sichtbar, leserlich und dauerhaft auf den Kühl- und Gefriergeräten sowie gegebenenfalls auf der Verpackung anzubringen.“ Des Weiteren erfasst sind u. a. auch Druckgeräte, Bauprodukte oder **Spielzeug**.

3.1.6 Elektrogeräte

R114 Das **Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltfreundliche Entsorgung von Elektrogeräten** sind im ElektroG geregelt. Um die Kosten der Entsorgung gerecht verteilen zu können, muss sich jeder Hersteller von Elektro- und Elektronikgeräten bei der **„Stiftung Elektro-Altgeräte Register“ (Stiftung EAR)** registrieren lassen und dieser monatlich die Menge der von ihm in Verkehr gebrachten Geräte mitteilen. Gemäß § 7 ElektroG müssen Elektro- und Elektronikgeräte, die nach dem 13. August 2005 in einem Mitgliedstaat der EU erstmals in Verkehr gebracht werden, dauerhaft so gekennzeichnet werden, dass der **Hersteller eindeutig zu identifizieren** ist und festgestellt werden kann, dass das Gerät nach diesem Zeitpunkt erstmals in Verkehr gebracht wurde. Neben dem Hersteller unterliegen auch **Importeure** der Registrierungspflicht, wenn sie Geräte erstmals nach Deutschland einführen und hier in den Verkehr bringen. Darunter fallen auch Online-Shopbetreiber, die ihre Produkte z. B. direkt aus China oder anderen Ländern beziehen. Das Gesetz gilt für die in § 2 Abs. 1 ElektroG aufgeführten Produktgruppen. Fehlt die Registrierung, drohen **Bußgelder bis zu 50.000,– EUR** (§ 23 Abs. 2 ElektroG), darüber hinaus liegt ein Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG vor (OLG Düsseldorf).

3.1.7 Energiekennzeichnung

R115 Neben dem ElektroG sind für den Vertrieb von Elektrogeräten vor allem die EU-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnungen von Bedeutung. Für die verschiedenen zu kennzeichnenden Produkte existieren eigene sog. delegierte Verordnungen. Diese entsprechen sich inhaltlich zwar weitestgehend, für jede dieser Produktgruppen wurden jedoch eigene Etiketten zur Energiekennzeichnung eingeführt. Online-Händler müssen in der Nähe des Preises sowohl das **elektronische Etikett** als auch das **elektronische Produktdatenblatt** bereitstellen, wobei die Möglichkeit einer sog. „geschachtelten Anzeige“ (Verlinkung unter Einhaltung besonderer Vorgaben) besteht. Die Energiekennzeichnung muss dabei nicht zwingend auf der Startseite des Online-Shops erscheinen. Allerdings ist die Kennzeichnung so zu platzieren, dass der Kunde diese zwingend zur Kenntnis nehmen muss, **bevor er den Bestellprozess einleitet** (OLG Stuttgart). Eine besondere Kennzeichnung gilt z.B. für **Haushaltswaschmaschinen, Haushaltsgeschirrspüler, Kühlschränke, Gefriergeräte, Fernseher, Glühlampen und Staubsauer**.

R116 Informieren Sie sich daher sorgfältig über die über die Kennzeichnungspflichten von Haushaltsgeräten, wenn Sie entsprechende Ware verkaufen, und ziehen Sie im Zweifel einen Rechtsanwalt zu Rate!

Verkaufsverbot für Glühlampen und Staubsauger

Seit dem 1. September 2009 dürfen alle matten Glühlampen sowie Glühlampen mit einer Leistung von über 75 Watt nicht mehr nicht mehr zum Verkauf stehen. Das bedeutet, dass die klassische **100 Watt Glühbirne nicht mehr verkauft werden** darf.

Zum 1. September 2010 trat die zweite Stufe des Glühlampenverbotes in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt dürfen keine Glühlampen mit mehr als 75 Watt mehr in Verkehr gebracht werden.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

Seit dem Inkrafttreten der dritten Stufe zum 1. September 2011 dürfen keine Glühlampen mit einer Leistung von 60 Watt und mehr in den Verkehr gebracht werden. Seit dem 1. September 2012 dürfen auch die 40- und die 25-Watt Glühlampe nicht mehr zum Verkauf angeboten werden.

Seit 1. September 2014 unterliegen auch Staubsauger einer Energiekennzeichnungspflicht. Außerdem dürfen seit diesem Tag keine Staubsauger mehr in Verkehr gebracht werden, die eine Leistung von über 1600 Watt haben.

3.1.8 Jugendschutz

R117 Bei dem Verkauf von **alkoholischen Getränken** greift das Jugendschutzgesetz (JuSchG), welches u. a. den Verkauf von Branntwein, branntweinhaltigen Getränken in Gaststätten, Verkaufsstellen oder sonst in der Öffentlichkeit an Kinder und Jugendliche verbietet. Andere alkoholische Getränke (Wein, Bier oder Sekt) dürfen nicht an Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren verkauft werden. Für den Versand von Alkohol gibt es allerdings **noch keine anerkannten Alterskontrollstandards**. In jedem Fall muss durch **PostIdent- oder gleichwertige Verfahren** eine persönliche Übergabe an den Volljährigen sichergestellt sein. Der BGH entschied im Jahr 2007, dass es den jugendschutzrechtlichen Anforderungen nicht genüge, wenn pornographische Internet-Angebote den Nutzern nach der **Eingabe einer Personal- oder Reisepassnummer** zugänglich gemacht werden.

Bei FSK-Artikeln Altersverifikationssysteme einsetzen

Verkaufen Sie **FSK- oder USK-Artikel** (z. B. Filme, Computerspiele)? Hier gelten strenge Anforderungen an die Alterskontrolle. Bitte stellen Sie sicher, dass die Lieferung von USK18- oder FSK18-Produkten nur unter Verwendung eines anerkannten AVS (http://www.jugendschutz.net/avs) erfolgt. Eine Alterskontrolle muss **sowohl vor Abgabe der Bestellung als auch bei der Ablieferung der Ware** an den Besteller erfolgen. Die Kontrolle nur vor Abgabe oder nur bei Lieferung ist nicht ausreichend (OLG Frankfurt a.M.).

3.1.9 Kosmetikprodukte

R118 Die Kosmetik-Verordnung stellt verschiedenste Anforderungen an die **Kennzeichnung von Kosmetik**. Gemäß § 5 dürfen kosmetische Mittel nur in den Verkehr gebracht werden, wenn Folgendes angeben wird:

- der Name oder Firma sowie die Anschrift oder der Firmensitz,
- das **Mindesthaltbarkeitsdatum**, sofern das kosmetische Mittel eine Mindesthaltbarkeit von 30 Monaten oder weniger aufweist,
- die **Verwendungsdauer** nach dem Öffnen bei Erzeugnissen mit einer Mindesthaltbarkeit von mehr als 30 Monaten (unter Verwendung des Symbols in Anlage 8a),
- der **Verwendungszweck** des Erzeugnisses, sofern dieser sich nicht aus der Aufmachung des Erzeugnisses ergibt sowie
- die Liste der **Bestandteile** nach Maßgabe des § 5a KosmetikVO.

R119 Die Angaben sind auf den **Behältnissen und den Verpackungen** anzugeben. Kann der volle Wortlaut aus praktischen Gründen nicht auf dem Behältnis und der Verpackung angebracht werden, so müssen diese Angaben auf einer **Packungsbeilage** o.ä. enthalten sein, auf die der Verbraucher auf dem Behältnis und der Verpackung entweder durch einen verkürzten Hinweis oder durch das in Anlage 8 KosmetikVO abgebildete Symbol hingewiesen wird. Vorsicht ist auch geboten, wenn Sie Produkten **Heilwirkungen zuschreiben ohne diese nachweisen** zu können.

3.1.10 Lebensmittel

R120 Seit dem 13. Dezember 2014 gelten die **Kennzeichnungspflichten für Lebensmittel** auch explizit im Online-Handel. Online-Händler müssen folgende Angaben auf den Produktseiten machen:

- Bezeichnung des Lebensmittels
- Verzeichnis der Zutaten
- bestimmte Zutaten und Verarbeitungsstoffe (gemäß Anhang II zu der Verordnung)
- Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten
- Nettofüllmenge
- ggfs. besondere Anweisungen für Aufbewahrung bzw. Verwendung
- Name und Anschrift des Lebensmittelunternehmers, in dessen Namen das Produkt vermarktet wird
- in bestimmten Fällen: Ursprungsland oder Herkunftsort
- eine Gebrauchsanleitung, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden
- bei alkoholischen Getränken: Angabe des vorhandenen Alkoholgehaltes in Volumenprozent
- Nährwertdeklaration (erst ab **13. Dezember 2016**)

R121 Das **Mindesthaltbarkeitsdatum** muss dagegen in Online-Shops nicht genannt werden.

R122 Daneben müssen Händler die **Health Claims-Verordnung** (Vo. Nr. 1924/2006) beachten, welche die Zulässigkeit nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel regelt. Verkäufer von Lebensmitteln sollten darauf achten, dass sie keine Werbeaussagen treffen, die nicht der Health Claims-Verordnung entsprechen. So stellt beispielsweise die Aussage, ein **Wein sei bekömmlich**, einen Verstoß gegen die Health Claims-Verordnung vor (EuGH).

3.1.11 Textilien

R123 Die EU-Textilkennzeichnungsverordnung vereinheitlichte das Textilkennzeichnungsrecht europaweit. Händler müssen **Angaben über Art und Gewichtsanteil der verwendeten textilen Rohstoffe** (Rohstoffgehaltsangabe) machen, die den Vorgaben der Verordnung entsprechen. Textilerzeugnisse sind dabei nicht nur Stoffe oder Kleidung, sondern z. B. auch Bezugstoffe auf Möbeln, die Textilkomponenten von Matratzenbezügen oder Campingartikeln. Solche Produkte müssen eine **Rohstoffgehaltsangabe** enthalten, die in deutlich erkennbarer Weise eingewebt oder an dem Textilerzeugnis angebracht sein muss. Dabei sind die in der Anlage 1 aufgeführten Begriffe für Textilfasern zu verwenden. Besteht ein Textilerzeugnis aus mehreren Fasern, so hat die Angabe grundsätzlich in Prozenten in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils zu erfolgen. Diese Pflichten gelten auch für Online-Händler (Art. 16 Abs. 1 EU-TextilKennzVO). Die Angaben sollten leicht lesbar und nicht versteckt sein. Bei einem Verstoß drohen **Abmahnungen**.

3.1.12 Motorenöle

R124 Verkäufer von **Motorenölen** müssen nach der Altölverordnung eine **Annahmestelle für gebrauchte Öle selbst einrichten** oder eine entsprechende vertragliche Vereinbarung nachweisen. Außerdem muss der Verbraucher durch leicht erkennbare und **lesbare Schrifttafeln am Ort des Verkaufs auf diese Annahmestelle hingewiesen werden**. Diese Pflicht gilt auch für den Online-Handel (OLG Hamburg). Der Begriff der „Schrifttafel“ gelte auch hier, da die Verordnung bereits so alt ist (1987), dass das Internet im Wortlaut noch keine Berücksichtigung finden konnte. Verstößt der Händler gegen diese Hinweispflicht, liegt ein **Wettbewerbsverstoß** vor.

3.1.13 Verpackungen

R125 Nach der **Verpackungsverordnung** (VerpackV) muss ein Online-Händler dafür Sorge tragen, dass die von ihm verwendeten Verpackungen und Verpackungsmaterialien im Rahmen der Lieferkette zurückgenommen werden können. Dies hat zur Folge, dass sich jeder „Erstinverkehrbringer“ **registrieren und sich einem der in der Verordnung genannten dualen Systeme anschließen** muss. Einzelheiten zur VerpackV finden Sie in den dazugehörigen FAQ unseres Shopbetreiber-Blogs.

3.2 Preisangaben, Versandkosten und Zusatzkosten

R126 Preisangaben sind im Online-Handel ein ausgesprochen wichtiges **Thema**. Kleine Fehler führen häufig zu Abmahnungen durch Mitbewerber oder Wettbewerbsverbände. Daher sollten auch hier wichtige Dinge unbedingt beachtet werden.

3.2.1 Gesamtpreise angeben

R127 Nach der Preisangabenverordnung (PAngV) müssen Sie Endverbrauchern gegenüber stets **Gesamtpreise** angeben, d. h. Preise, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind. Eine Angabe von Nettopreisen ist nur dann möglich, wenn sich das Angebot ausschließlich an gewerbliche Kunden richtet (Begrenzung des Angebots erforderlich). Hier ist es besonders wichtig, dass der Kundenkreis **eindeutig auf gewerbliche Käufer** eingegrenzt ist. Die Verwendung von **INCOTERMS** in einer Anzeige bei mobile.de **reicht zur Begrenzung des Kundenkreises nicht** aus (BGH).

> **Preisangaben bei allen Angeboten bestellbarer Waren**
>
> Wer genau spezifizierte, **bestellbare Waren ohne Preisangabe**, sondern mit dem Hinweis anbietet "es handelt sich hierbei um ein beratungsintensives Produkt, bitte kontaktieren Sie unsere Hotline für eine kompetente Fachberatung", **verstößt gegen die Preisangabenpflicht**. Ebenso unzulässig ist ein Button „**Preis auf Anfrage**“. (LG München I). Hotels dürfen nicht mit „von … bis …“ Preisen werben, auch wenn nicht über das Internet gebucht werden kann (OLG Schleswig-Holstein). Die Angabe „ab 14,– EUR“ ist unzulässig, wenn für das konkrete Produkt tatsächlich Versandkosten von 55,– EUR anfallen (OLG München).

R128 Im Online-Handel muss nach § 1 Abs. 2 PAngV zusätzlich angegeben werden, **dass die Preise Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzliche Versandkosten anfallen**. Soweit die vorherige Angabe der Versandkostenhöhe in bestimmten Fällen nicht möglich ist, sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben, auf Grund derer der Letztverbraucher die Höhe leicht errechnen kann (z. B. Versandkostentabelle). Dies dürfte ferner gelten, wenn bei **Kreditkartenzahlung** je nach Kreditinstitut verschieden hohe **Gebühren** entstehen. Auch hier dürfte der deutliche Link auf die Gebührenliste der jeweiligen Anbieter also genügen. Beim Verkauf von **Kfz** sind die **Überführungskosten** zu nennen (LG Krefeld). Nach Einschätzung des BGH wird diesen Anforderungen genüge getan, wenn der Hinweis auf die Versandkosten mittels **Sternchenverweis** erfolgt. Dabei muss der Sternchenverweis aber eindeutig auf die Versandkosten hinweisen und **in unmittelbarer Nähe zum Produktpreis**, spätestens auf der Produktdetailseite angebracht sein, damit der Kunde bereits über die Versandkosten informiert ist, bevor er das Produkt in den Warenkorb legt.

3.2.2 Hinweis auf MwSt. und Versandkosten

R129 Online-Händler müssen beim Handel mit Verbrauchern zwingend angeben, dass die geforderten Preise die **Umsatzsteuer** und sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzlich Liefer- und **Versandkosten** anfallen. Durchgesetzt hat sich und höchstrichterlich anerkannt ist der Hinweis am Preis „**inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten**“, sofern das Wort „Versandkosten“

mit einer klaren und verständlichen **Versandkostenseite** verlinkt ist, auf der der Verbraucher die **Berechnung** dieser einfach erkennen kann und wenn die **konkreten Versandkosten** bei Aufruf des virtuellen **Warenkorbes** angezeigt werden. Dieser Hinweis muss spätestens dann vorhanden sein, wenn der Kunde das Produkt in den Warenkorb legen kann, also auf allen Seiten mit einer Warenkorb-Funktion. Der Hinweis muss auch **nicht unmittelbar neben dem angegebenen Preis** stehen muss, vielmehr kann dieser auch durch einen **klaren und unmissverständlichen Sternchenhinweis** erteilt werden (BGH). Unzulässig ist es jedoch, wenn dieser Hinweis lediglich in die AGB aufgenommen wird. Unzulässig ist es auch, wenn der Hinweis auf zusätzlich anfallende Versandkosten in einem **Mouseover-Effekt** versteckt wird (LG Hamburg).

M26 Preisangaben mit Hinweis zu MwSt. und Versandkosten

Maßband, 2 Meter x 1,5 cm

[4,90 EUR] inkl. MwSt.
zzgl. Versand [<Link auf Versandkostentabelle>]

ODER (Kleinunternehmer)

[4,90 EUR] umsatzsteuerbefreit nach § 19 UStG
zzgl. Versandkosten [<Link auf Versandkostentabelle>]

Hinweis „inkl. MwSt.“ bei Kleinunternehmern

Kleinunternehmer sind nach § 19 UStG **von dem Ausweis der Umsatzsteuer befreit**. Somit dürfen Kleiunternehmer die Umsatzsteuer nicht gesondert berechnen und müssen sie auch nicht an das Finanzamt abführen. Dies soll der Vereinfachung dienen.

Daher dürfen Kleiunternehmer weder die Preise im Online-Shop mit dem Hinweis „inkl. MwSt.“ kennzeichnen noch die MwSt. im Bestellprozess ausweisen. Bei der Preisangabe wäre ein solcher Hinweis irreführend, da gewerbliche Käufer den MwSt.-Satz gewöhnlich direkt beim Angebot abziehen, um den für sie relevanten Preis zu erhalten. Kleinunternehmer sollten daher **auf den Zusatz „inkl. MwSt.“ verzichten** und stattdessen auf die Umsatzsteuerbefreiung nach § 19 UStG hinweisen (OLG Hamm).

Dies kann z. B. mit dem Hinweis „**umsatzsteuerbefreit nach § 19 UStG, zzgl. Versandkosten**“ direkt am Preis oder mittels Sternchen geschehen, welches dann mit diesem Hinweis erklärt wird: **„Alle angegebenen Preise sind Gesamtpreise zzgl. Liefer-/Versandkosten. Aufgrund des Kleinunternehmerstatus gemäß § 19 UStG erheben wir keine Umsatzsteuer und weisen diese daher auch nicht aus."**

Mindermengenzuschläge

Werden im Shop Mindermengenzuschläge verlangt, ist es nicht ausreichend, dass diese erst ersichtlich werden, wenn das Wort Versandkosten angeklickt wird. Hinter diesem Wort vermutet der Verbraucher lediglich Zusatzkosten neben dem eigentlichen Preis. Ein Mindermengenzuschlag hat aber mit dem Versand nichts zu tun.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

3.2.3 Optional versicherter Versand und Preisvergleiche

R130 Es ist irreführend, dem Verbraucher einen „**Unversicherten Versand**“ anzubieten, da dies darüber in die **Irre führe, dass der Verkäufer stets die Transportgefahr trägt** (LG Stuttgart). Es stellt ebenfalls eine Irreführung über die Tragung der Transportgefahr dar, wenn das Angebot eines **„versicherten Versands“ werblich herausgestellt** und nicht gleichzeitig darüber aufgeklärt wird, dass dieses Angebot keinen Vorteil für den Verbraucher hat. (OLG Hamm, LG Frankenthal).

R131 **Preisgegenüberstellungen** sind grundsätzlich zulässig, zu Vergleichszwecken darf dabei jedoch nur auf solche Preise zurückgegriffen werden, die **klar definiert** und **nicht mehrdeutig** sind. Die bloße Angabe eines „**Statt-Preises**“ ist **ohne weitere Erklärung nicht zulässig**, da der Verbraucher nicht wisse, was der „Statt-Preis“ sei. Dieser könne z. B. der ehemalige Verkaufspreis, eine unverbindliche Preisempfehlung oder „Ladenpreis“ sein (BGH).

3.2.4 Angabe der Auslandsversandkosten

R132 Richtet sich der Shop auch an Kunden im Ausland, gelten für die Auslandsversandkosten die gleichen Vorgaben wie für Inlandsversandkosten (OLG Hamm, LG Bochum, LG Berlin. Das OLG Hamm ist jedoch anderer Auffassung, so dass hier grundsätzlich **Abmahngefahr** besteht. Auch der Hinweis „Auslandsversandkosten auf Anfrage“ ist nicht ausreichend, sofern Bestellungen ins Ausland über den Shop tatsächlich durchgeführt werden können (OLG Hamm).

3.2.5 Werbung in Preissuchmaschinen

R133 Auch bei der Bewertung Ihrer Produkte in Preissuchmaschinen (**Preisvergleichsliste**) müssen Sie bereits auf die hinzukommenden **Versandkosten** hinweisen (BGH). Das gilt auch für Google-Shopping Anzeigen. Werden die Versandkosten dort nur in einem Mouseover-Effekt versteckt, stellt dies ein Wettbewerbsverstoß dar und kann abgemahnt werden (LG Hamburg). Bei der Werbung in Preissuchmaschinen müssen Sie außerdem darauf achten, dass die dort genannten Preise und Versandkosten **mit denen im Shop übereinstimmen**. Werben Sie in Suchmaschinen mit einem günstigeren Preis, als Sie im Shop tatsächlich verlangen, stellt auch dies einen Wettbewerbsverstoß dar (BGH). Werden pro Bestellung obligatorisch **Gebühren für „Bearbeitung/Verpackung“** fällig, so sind diese in den Gesamtpreis mit einzurechnen und zwar auch in den in Preissuchmaschinen angegebenen Gesamtpreis (OLG Hamburg).

3.2.6 Bei befristeten Angeboten Dauer angeben

R134 Beim Warenangebot muss auf die **Gültigkeitsdauer** befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises hingewiesen werden. Werden in der Werbung für eine Rabattaktion, die ein Unternehmen anlässlich eines Firmenjubiläums ankündigt, **feste zeitliche Grenzen** angegeben, muss es sich hieran grundsätzlich festhalten lassen. Es ist sowohl irreführend, wenn solche Rabattaktion vor Erreichen der angekündigten zeitlichen Grenze abgebrochen als auch wenn sie darüber hinaus verlängert werden (BGH, OLG Hamm).

M27 Gültigkeitsdauer des Angebotes

Maßband, 2 Meter x 1,5 cm

[4,90 EUR] inkl. gesetzl. MwSt.
zzgl. [6,90 EUR] Porto
(Angebot gültig bis 30.6.2015)

3.2.7 Grundpreisangaben

R135 Soweit Sie Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbieten, müssen nach § 2 Abs. 1 PAngV zusätzlich zum Gesamtpreis auch der **Preis je Mengeneinheit** einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis, z.B. Preis pro 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter oder 1 Quadratmeter) **in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises** angegeben werden. Der Grundpreis muss immer direkt neben dem Gesamtpreis stehen und auf allen Seiten gemeinsam mit dem Gesamtpreis „auf einen Blick" wahrnehmbar sein (BGH). Diese Voraussetzung ist nicht erfüllt, wenn der Grundpreis nur mittels Mouse-Over-Effekt sichtbar ist (LG Bochum). Das Fehlen des Grundpreises kann keine Bagatelle sein und ist somit immer abmahnbar (OLG Hamm, LG Köln). Dagegen kann es als Bagatelle angesehen werden, wenn der Grundpreis nicht in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis genannt wird, weil diese räumliche Nähe **von der europäischen Preisangabenrichtlinie nicht verlangt** wird (LG Düsseldorf).

> **Keine Grundpreisangaben bei eBay-Auktionen**
>
> Bei Internet-Auktionen, bei denen der Käufer den Preis bestimmt, gilt die **Grundpreisangabepflicht nicht** (LG Hof). Hintergrund ist, dass der Verkäufer den Grundpreis noch nicht bilden kann, weil er den Gesamtpreis noch nicht kennt. Etwas anderes gilt aber dann, wenn der Artikel im gleichen Angebot mit dem „**Sofort-kaufen**"-Button beworben wird (OLG Hamburg).

3.2.8 Ab-Preise

R136 Eine Werbung mit **„Tickets ab 19,90 EUR"** wertete das LG Hamburg als irreführend, wenn zusätzlich eine **Systemgebühr** von 2,– EUR und 15 % Vorverkaufsgebühren erhoben werden. Da zu diesem beworbenen Preis kein Ticket erworben werden kann, handelt der Verkäufer wettbewerbswidrig, da er nicht den Gesamtpreis angibt.

3.3 Lieferinformationen

3.3.1 Begrenzung des Liefergebietes

R137 Nach Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB müssen Sie auch über die Lieferbedingungen informieren. Wenn Sie sich nicht mit fremden Rechtsordnungen auseinander setzen wollen (z. B. abweichendes Wettbewerbsrecht, Verbrauchervertragsrecht), sollten Sie das **Liefergebiet begrenzen.** Derartige **Lieferbeschränkungen** sind gemäß § 312j Abs. 1 BGB **spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich** anzugeben.

M28 Lieferbeschränkungen

Die Lieferung unserer Artikel erfolgt nur innerhalb Deutschlands.

3.3.2 Angabe eines Liefertermins

R138 Zusätzlich zu den Lieferbedingungen müssen Online-Händler über den Termin, bis zu dem sie die Ware liefern müssen, informieren. Das Wort „**Termin**" ist hier aber **nicht als konkretes Datum zu verstehen**. Vielmehr genügt – wie bisher schon – die Angabe eines Lieferzeitraumes. Der angegebene Zeitraum muss dabei die Zeit zwischen Bestellung und Ablieferung beim Kunden erfassen. Nach neuem Recht muss die Angabe des Liefertermins auch dann erfolgen, wenn die Ware sofort lieferbar ist. Die Lieferzeit hängt eng mit der **Verfügbarkeit der Ware**, aber natürlich auch mit dem Liefergebiet zusammen. Die Informationen über die Lieferzeit sollten wegen der Abmahnungsgefahr **so genau wie möglich** angegeben werden, wobei die Angabe von ca.-Lieferzeiten möglich ist (OLG Bremen, OLG Frankfurt). Nicht zulässig sind dagegen Angaben, die die gemachten Lieferzeiten für unverbindlich erklären. Hierzu gehören Angaben wie „in der Regel" (OLG Bremen, OLG Hamm) oder „voraussichtliche Lieferzeit" (OLG Bremen).

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

R139 Die Angabe zur Lieferzeit hat auf der **Produktseite** zu erfolgen, da zum einen die Lieferzeiten der einzelnen Produkte unterschiedlich sein können und zum anderen der Verbraucher andere Seiten des Shops nicht zwingend aufruft (LG Koblenz). Ein Hinweis auf die Lieferzeit in AGB ist nicht ausreichend (OLG Hamburg). Mach Sie im Shop an mehreren Stellen Angaben zu Lieferzeiten, so müssen Sie darauf achten, dass diese **nicht widersprüchlich** sind (LG Bochum). Unzulässig sind auch Klauseln in AGB, die eine auf der Produktseite gemachte Angabe wieder für unverbindlich erklären, wie z. B. „Angegebene **Lieferfristen stellen nur einen Richtwert** dar und gelten daher nur annähernd vereinbart" (OLG Hamm).

R140 Die genannten Lieferzeiten sind auch einzuhalten (LG Hamburg). Die Angabe einer Lieferzeit in Google AdWords **„innerhalb 24 Stunden"** ist nicht irreführend, wenn der interessierte Verbraucher unmittelbar auf der verlinkten Seite von evtl. weiteren Bedingungen für die Einhaltung dieser Lieferfrist erfährt (OLG Hamm, bestätigt vom BGH). Bewerben Sie Ihre Waren im Shop mit der Angabe „**sofort lieferbar**" bedeutet dies, dass die Ware zum Versand am nächsten Werktag bereitgehalten wird (LG Aschaffenburg). Die ausschließliche Angabe „sofort verfügbar" reicht allerdings nicht mehr aus, vielmehr muss der Verbraucher darüber informiert werden, wann die Ware beim ihm eintrifft.

R141 Am besten ist es natürlich, wenn im Online-Shop die genaue Anzahl der sofort lieferbaren Ware gelistet wird, d.h. ein **Warenwirtschaftssystem** eingesetzt wird. Sobald eine Ware ausverkauft ist, darf diese Ware nicht mehr über den Online-Shop bestellt werden können.

M29 Angaben zu Lieferzeiten

Sofort versandfertig, Lieferzeit 1-3 Tage

ODER

Lieferzeit ca. 5-10 Tage

ODER

Lieferzeit von bis zu 10 Tagen

R142 Unzulässig ist es, im Shop ein Produkt mit einem Hinweis auf die sofortige Lieferzeit in der Absicht zu bewerben, den Kunden nach Aufgabe der Bestellung dazu zu bewegen, statt diesem Produkt ein anderes, in der Regel teureres Model zu kaufen, sog. bait and switch (LG Wuppertal)

4 Zahlungsbedingungen

R143 Gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB müssen Sie den Verbraucher über die **Zahlungsbedingungen** informieren, d. h. insbesondere über die zur Auswahl stehenden **Zahlungsarten**, den **Zahlungszeitpunkt** bei Bankeinzug oder Kreditkarte sowie über **zusätzlich anfallende Kosten**. Idealerweise stellen Sie verschiedene Zahlungsarten zur Auswahl, z. B. Vorkasse, Nachnahme, Kreditkartenzahlung, Bankeinzug, Rechnung. Aus rechtlicher Sicht spricht an sich nichts dagegen, nur die Zahlungsart Vorkasse anzubieten.

Mindestens zwei Zahlungsarten empfehlenswert

Sie sollten **mindestens zwei Zahlarten** zur Verfügung stellen, z. B. **Vorkasse und Nachnahme**, da die Beschränkung nur auf Vorkasse teilweise als unzulässiger Verstoß gegen das rechtliche Prinzip „**Zug-um-Zug**" eingestuft wird. Verbraucherschützer fordern teilweise sogar das Prinzip „**Erst die Ware, dann das Geld**". Das **OLG Hamburg** hat allerdings entschieden, dass es **keine unangemessene Benachteiligung des Kunden ist, nur Vorkasse anzubieten**, da das Zahlungsausfallrisiko des Händlers mindestens genauso groß ist wie

das Risiko des Kunden, trotz Zahlung nicht beliefert zu werden. Durch die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie wird das Risiko für beide Seiten zusätzlich abgemildert, weshalb das alleinige Angebot von Vorkasse vor dem Hintergrund der o.g. Rechtsprechung wohl erst recht nicht zu beanstanden sein dürfte. Dennoch ist es aus Gründen der Rechtssicherheit stets zu empfehlen, mindestens zwei Zahlungsarten anzubieten.

4.1 Hinweis auf Zahlungsarten im Warenkorb

R144 Gemäß § 312j Abs. 1 BGB haben Online-Händler bei Verträgen mit Verbrauchern **spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs** klar und deutlich anzugeben, welche **Zahlungsmittel** akzeptiert werden. Diese Information erfolgt zu spät, wenn sie erst im dritten Schritt des Bestellprozesses angezeigt wird. Zu empfehlen ist ein Hinweis unmittelbar im Warenkorb. Hierbei genügt eine **abstrakte Angabe, welche Zahlungsarten grundsätzlich im Shop angeboten werden**. Nicht angegeben werden müssen dagegen die Zahlungsarten im jeweiligen Einzelfall. Dem Unternehmer ist es weiterhin möglich, Zahlungsarten im Einzelfall auszuschließen (z. B. Kauf auf Rechnung wegen mangelnder Bonität).

4.2 Kosten der Zahlungsart

R145 Grundsätzlich ist es auch nach neuem Recht möglich, **Zuschläge** für die Verwendung bestimmter Zahlungsarten zu verlangen. Allerdings ist die **Zulässigkeit** solcher Zuschläge künftig gemäß § 312a Abs. 4 BGB an Voraussetzungen gebunden. Eine solche Vereinbarung ist künftig nur wirksam, wenn dem Verbraucher eine **gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit** eingeräumt wird und der vereinbarte Zuschlag nicht über die Kosten hinausgeht, die dem Unternehmer durch die Nutzung dieses Zahlungsmittels entstehen. Keine gängige Zahlungsart ist „Visa elektron“, da es ein einer nennenswerten Verbreitung fehlt. Unzumutbar ist die Zahlungsart „billig.fluege.de MasterCard Gold“ sowie „fluege.de MasterCard Gold“, da hierfür mit dem Websiten-Betreiber extra ein Kreditkartenvertrag abgeschlossen werden muss (LG Leipzig, OLG Dresden) und auch die Zahlungsart **„sofortüberweisung“** (LG Frankfurt a.M.). Eine zusätzliche Gebühr von 9,90 Euro für die Zahlung per Kreditkarte ist außerdem überhöht und daher unzulässig (LG Leipzig).

R146 Auf diese Kosten muss auf einer Informationsseite, auf der die verschiedenen Zahlungsarten aufgeführt sind, hingewiesen werden. Tauchen diese **Kosten erstmals im Bestellprozess** auf, so ist dies **irreführend** (LG Hamburg). Auf weitere Zusatzkosten wie z. B. weitere **Steuern** oder **Zölle** muss spätestens auf der Bestellseite hingewiesen werden, auch wenn sie nicht vom Händler abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden.

M30 Hinweis auf Nachnahmegebühr

zzgl. 2,– EUR Nachnahmegebühr (wird von DHL bei Ablieferung erhoben).

„Übermittlungsentgelt“ bei Nachnahme

Meist erhebt bei Zahlung per **Nachnahme** der Zusteller vor Ort zusätzlich zum Rechnungsbetrag das sog. „**Übermittlungsentgelt**“ von **2,– EUR**. Bitte informieren Sie den Kunden ggf. entsprechend in den Kundeninformationen sowie auf der Bestellseite.

4.3 Weitere Zahlungsbedingungen

R147 Gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB muss der Verbraucher vor Abgabe seiner Bestellung über die Zahlungsbedingungen informiert werden. Bei **Bankeinzug** und **Kreditkartenzahlung** zählen dazu z. B. Angaben über den **Zeitpunkt** der Abbuchung. Diese Angaben müssen in AGB oder auf allgemeinen Informationsseiten platziert werden, je nachdem, ob es sich um eine

Zahlungsbedingung oder eine bloße **Zahlungsinformation** handelt. Zahlungsbedingungen sind teilweise als unangemessene Benachteiligung einzustufen (z. B. Abbuchung sofort, Lieferung erst in 4 Wochen). Erforderlich ist hier eine Information darüber, wann und wie die Zahlung zu erfolgen hat. Daher ist insbesondere bei den o.g. Zahlungsarten so genau wie möglich zu umschreiben, wann die Zahlungsanweisung zu erfolgen hat bzw. wann die Einziehung bei Bankeinzug vom Händler veranlasst wird.

M31 Zahlungsbedingungen und Zahlungsinformationen

AGB

Zahlung per Kreditkarte

Die Belastung Ihres Kreditkartenkontos erfolgt mit [Abschluss der Bestellung].

Zahlung per Bankeinzug

Sofern Sie uns ein SEPA-Mandat erteilen, erfolgt die Zahlung per Einzug von Ihrem Bankkonto. Die Kontobelastung erfolgt nach Versand der Ware. Über das Datum der Kontobelastung werden wir Sie gesondert in einer Vorabankündigung informieren.

Die Frist für Ihre Vorabinformation über das Datum der Kontobelastung (Pre-Notification-Frist) wird auf [2 Tage] verkürzt.Bestellseite

5 Bestellseite

R148 Diese Anforderungen muss Ihre Bestellseite erfüllen:

- ☐ Auflistung der wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung
- ☐ Information über die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat
- ☐ Information über den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, seine Berechnungsgrundlage, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht
- ☐ Information über gegebenenfalls zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten sowie einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden
- ☐ Hervorhebung dieser vier o.g. Informationen
- ☐ Bereitstellung von Korrekturmöglichkeiten während der Bestellung
- ☐ Information zur Verwendung der E-Mail-Adresse zu Werbezwecken, soweit dies ohne ausdrückliche Einwilligung zulässig ist
- ☐ Hinweis auf das Widerrufsrecht
- ☐ Möglichkeit der Kenntnisnahme der AGB
- ☐ AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar
- ☐ Informationen über die Verbindlichkeit der Bestellung (Vertragsschluss)
- ☐ Keine Zahlungsaufforderung vor dem gewollten Vertragsschluss
- ☐ Keine Widersprüche in den AGB, auf der Bestellseite und in der E-Mail-Bestätigung
- ☐ eindeutige Beschriftung des Bestellbuttons, die auf die Zahlungsverpflichtung des Verbrauchers hinweist

M32 Musterbestellseite nach der Button-Lösung

Hinweise zur Muster-Bestellseite

Neben der Umbeschriftung des Bestellbuttons muss aufgrund der neuen gesetzlichen Vorschriften die Bestellseite jedes Shops umgestaltet werden. Das Gesetz schreibt zwingend vor, dass die folgenden Pflichtinformationen klar, verständlich und in hervorgehobener Weise unmittelbar vor dem Bestellbutton genannt werden müssen:

- Produktbeschreibung („die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung“)
- Mindestlaufzeit („die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat“)
- Gesamtpreis („den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, seine Berechnungsgrundlage, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht“)
- Versand- und sonstige Kosten („gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten“)

Auf unserer Musterbestellseite haben wir diese Pflichtinformationen in dem grünen Feld platziert. Eine derartige farbliche Hinterlegung genügt dem Hervorhebungserfordernis. Diese muss nicht zwingend bunt sein, es würde z. B. auch eine graue Hinterlegung ausreichen. Da das Beispiel eine Warenbestellung betrifft, fehlt die Information zur Mindestlaufzeit des Vertrages, da diese hier nicht notwendig ist.

Unmittelbar darunter haben wir den Bestellbutton platziert. Zwischen diesem und den hervorgehobenen Pflichtinformationen dürfen sich keine zusätzlichen Texte oder Gestaltungselemente befinden. Wir haben den Button mit den im Gesetz vorgesehenen Worten „zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet. Laut Gesetzesbegründung sind auch die Bezeichnungen „Kaufen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ oder „kostenpflichtig bestellen“ zulässig.

Den Hinweis auf die AGB und die Widerrufsbelehrung haben wir an den Anfang der Seite verschoben. Die Checkboxen zum „Abhaken“ der AGB sind nicht erforderlich, damit diese Vertragsbestandteil werden. Da sich diese Checkboxen aber zum Standard entwickelten, haben auch wir diese Variante in das Muster aufgenommen.

Darunter befinden sich die weiteren für die Bestellung wichtigen Informationen wie Liefer- und Rechnungsanschrift sowie zur Zahlungsart.

Weder die Hinweise auf AGB und Widerrufsrecht noch die weiteren Informationen dürfen in irgendeiner Art und Weise hervorgehoben werden. Eine Hervorhebung dieser Informationen würde die Hervorhebung der Pflichtinformationen neutralisieren.

Die Hervorhebung der Pflichtinformationen soll die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf diese lenken.

Wir weisen noch einmal ausdrücklich darauf hin, dass derzeit noch ungeklärt ist, in welchem Umfang die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung auf der Bestellseite dargestellt werden müssen. Trusted Shops favorisiert hier eine „Teaser-mit-Detail-Link“-Variante. In einem informellen Austausch mit Anwaltskanzleien stieß dieser Vorschlag jedoch nicht nur auf Zustimmung. Die sicherste Variante wird sein, alle Produktmerkmale noch einmal auf der Bestellseite aufzuführen.

Klarheit wird erst die Rechtsprechung nach Inkrafttreten des Gesetzes bringen.

Rechtsprechung zu (un)zulässigen Button-Bezeichnungen

Der Bestellbutton muss zwingend auf die Kostenpflicht hinweisen. Das gilt auch für **Abos**, bei denen zunächst eine **kostenlose Testphase** läuft, die dann aber ohne weiteres Zutun des Verbrauchers in eine kostenpflichtige Phase übergeht (LG München I). Die Button-Beschriftung **„Jetzt verbindlich anmelden! (zahlungspflichtiger Reisevertrag)“** genügt nicht den Anforderungen des Gesetzes (LG Berlin). Das Gericht sah schon die Verwendung des Wortes „anmelden“ als problematisch, unabhängig von den weiteren Worten. Darüber hinaus sei die Beschriftung zu umfangreich. Auch die Button-Beschriftung „**kaufen**“ soll nicht gesetzeskonform sein (AG Köln). Diese Entscheidung muss aber als abwegige Einzelentscheidung betrachtet werden, da „kaufen“ sogar schon in der Gesetzesbegründung als zulässige Beschriftung erwähnt wird. Die Beschriftung mit den Worten „**Bestellung abschicken**“ ist unzureichend (OLG Hamm).

5.1 Korrekturmöglichkeiten

R149 Auf der Bestellseite muss der Kunde die Möglichkeit haben, Eingabefehler zu erkennen und zu berichtigen. Bei Warenkorbsystemen sind **Kontrollseiten** üblich, bei einfachen **Bestellformularen** genügt ein Hinweis auf den **Reset-Button** bzw. die Möglichkeit, Eingabefelder zu löschen (siehe M33).

5.2 Hinweis auf E-Mail-Werbung

R150 Wenn Sie eine E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem **Verkauf einer Ware** (nicht: bloße Registrierung ohne Verkauf) erhalten, dürfen Sie dem Kunden auch ohne Einwilligung E-Mail-**Werbung für eigene ähnliche Waren** schicken, wenn der Kunde dieser Verwendung **nicht widersprochen** hat und bei Erhebung und jeder Verwendung der Adresse auf die **Abmeldemöglichkeit** hingewiesen wird (vgl. Rn 95). Da diese Voraussetzungen im Massengeschäft allerdings so gut wie nie eingehalten werden können, ist es besser, immer eine Einwilligung einzuholen.

M33 Hinweis auf E-Mail-Werbung

Wir senden Ihnen regelmäßig sorgfältig ausgesuchte Angebote zu ähnlichen Produkten aus unserem Sortiment per E-Mail zu. Ihre E-Mail-Adresse wird nicht an andere Unternehmen weitergegeben. Sie können der Nutzung Ihrer E-Mail-Adresse für Werbezwecke jederzeit durch formlose E-Mail widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse zu Werbezwecken für eigene ähnliche Produkte auch widersprechen, indem Sie die nachstehende Checkbox aktivieren.

❒ Nein, ich möchte keine interessanten Angebote per E-Mail erhalten.

5.3 Widerrufsrecht

R151 Gemäß Art. 246a § 1 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB muss der Unternehmer den Verbraucher über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechtes sowie über das Muster-Widerrufsformular informieren. Diese Information muss er nach Art. 246a § 4 EGBGB vor Abgabe der Bestellung zur Verfügung stellen. Hierfür bietet sich eine Verlinkung auf das Widerrufsrecht auf der Bestellseite an. Zur genaueren Information lesen Sie bitte Kapitel II 6.

5.4 Einbeziehung von AGB

R152 Wenn Sie AGB verwenden, müssen Sie dem Kunden vor Abgabe der Bestellung die **Möglichkeit** verschaffen, **in zumutbarer Weise Kenntnis von deren Inhalt zu nehmen**. Dies kann durch einen **Link** oberhalb des Bestellbuttons geschehen, aus Beweiszwecken empfiehlt sich aber die Protokollierung einer Bestätigung der Kenntnisnahme, z. B. mittels nicht vorangekreuzter **Checkbox**. Werden die AGB im Volltext in Scrollboxen angezeigt, dürfen diese nicht zu klein sein (OLG Frankfurt). Unzulässig ist es, wenn diese kleiner als 6 Zeilen sind (LG Frankfurt).

R153 Für die Möglichkeit der Kenntnisverschaffung ist es ausreichend, wenn bei einer Bestellung über das Internet die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters über einen auf der Bestellseite **gut sichtbaren Link aufgerufen und ausgedruckt** werden können (BGH, AG Chemnitz). Bei einem Verkauf über den amazon-marketplace werden die AGB des Händlers nicht wirksam in den Vertrag einbezogen (LG Wiesbaden).

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar

AGB sollten immer **kurz und knapp** sein und nur zu den Punkten Regelungen treffen, die für Sie absolut notwendig sind. AGB müssen immer leicht **speicherbar** (z. B. PDF, HTML oder TXT, nicht nur Scrollbox, Javascript vermeiden) und **druckbar** sein (Seitenbreite beachten) und dem Kunden spätestens mit Lieferung in **Textform** zugeschickt werden.

M34 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen <Link auf AGB-Seite>.

ODER

❒ Ich habe die Allgemeinen Geschäftsbedingungen <Link auf AGB-Seite> gelesen und bin mit deren Geltung einverstanden.

5.5 Vertragsschluss

5.5.1 Verpflichtung zu Lieferung

R154 Sobald Sie einen **Vertrag** geschlossen haben, sind Sie zur **Lieferung der Ware** wie vereinbart **verpflichtet**. Von dieser Verpflichtung können Sie sich nur in Ausnahmefällen nachträglich lösen, z. B. wenn Sie Ihre Auftragsbestätigung wegen **Irrtums anfechten** (nur in wenigen Fällen möglich), bei **Unmöglichkeit** der Lieferung oder bei wirksamer Vereinbarung eine **Selbstbelieferungsvorbehaltes** (nur eingeschränkt möglich). Ein „**Recht auf Stornierung**“ existiert für den Händler nicht. Können Sie den Vertrag nicht erfüllen, machen Sie sich schadensersatzpflichtig.

R155 Jeder Vertrag setzt zunächst ein so genanntes **Angebot** und dessen **Annahme** voraus. Das rechtliche „Angebot“ ist nicht zu verwechseln mit dem **Warenangebot**, das ähnlich wie ein gedruckter Verkaufsprospekt meist nur eine rechtlich unverbindliche Aufforderung zur Abgabe eines Vertragsangebotes durch den Kunden darstellt.

5.5.2 Verschiedene Möglichkeiten, einen Vertrag zu schließen

R156 Grundsätzlich ist es den Vertragsparteien aufgrund der Privatautonomie selbst überlassen, wie sie den Vertragsschluss ausgestalten. Jedoch gibt das BGB in den §§ 145ff der Rechtsprechung in Streitfällen die Grundregelungen an die Hand, die gerade im Rahmen von verbraucherschutzrechtlichen Normen auch nicht ohne weiteres abbedungen werden können. Es gibt im Online-Handel **verschiedene Möglichkeiten**, den Vertrag zu schließen:

- Möglichkeit 1: Das Warenangebot ist unverbindlich, der Kunde gibt mit seiner Bestellung ein verbindliches Kaufangebot ab. Dieses Kaufangebot wird aber nicht automatisch mit der ersten Bestätigungsmail („Eingangsbestätigung“ oder „Zugangsbestätigung“), sondern erst manuell durch eine zweite Mail („Auftragsbestätigung“) oder Lieferung der Ware binnen kurzer Zeit angenommen. Vor Annahme kann die Bonität oder Verfügbarkeit geprüft werden. Bei der Information über diese Art des Vertragsschlusses müssen Sie **zwingend eine Annahmefrist nennen**, die nach unserer Ansicht bei den meisten Produkten **maximal 2 Tage** lang sein darf (so auch das LG Hamburg). Ist in der Vertragsschluss-Klausel keine Frist genannt, kann dies abgemahnt werden (LG Leipzig). Soll der Vertrag auf diese Weise zu Stande kommen, dürfen im Shop keine Sofort-Zahlarten angeboten werden.
- Möglichkeit 2: Das Warenangebot ist unverbindlich, der Kunde gibt mit seiner Bestellung ein verbindliches Kaufangebot ab. Dieses Kaufangebot wird automatisch mit der ersten Bestätigungsmail („Auftragsbestätigung“) angenommen. In der Auftragsbestätigung dürfen Sie bei Vereinbarung von Vorkasse natürlich zur Zahlung auffordern.

- Möglichkeit 3: Das Warenangebot ist ein verbindliches Kaufangebot, das durch die Kundenbestellung angenommen wird (so z. B. bei eBay). Sie bestätigen den bereits geschlossenen Kaufvertrag und den Eingang der Bestellung in der Bestätigungsmail. Diese Mail kann auch als „Rechnung" formuliert werden (USt-Vorabzug nur mit digitaler Signatur).

5.5.3 Zahlungsaufforderung bedeutet Vertragsschluss

R157 Häufig sind Angaben zum Vertragsschluss in AGB oder auf Informationsseiten **widersprüchlich** zu Texten im Bestellverlauf oder in der Bestätigungs-E-Mail. Besonders häufig ist die Praxis, dass der Vertrag erst mit Lieferung der Ware zustande kommen soll, aber in der E-Mail oder an sonstiger Stelle im Bestellablauf der Kunde bereits zur Zahlung per Vorkasse oder Sofort-Zahlungsarten aufgefordert oder die E-Mail gar als „Rechnung" dargestellt wird. In diesem Fall gehen die Unklarheiten zu Ihren Lasten, und der Vertrag kommt bereits mit der Zahlungsaufforderung zustande.

Vorkasseklausel vs. Vertragsschluss

Das OLG Frankfurt stufte die Klausel *„Der Vertrag mit uns kommt zu Stande, wenn wir das Angebot des Kunden innerhalb von 5 Tagen schriftlich oder in Textform annehmen oder die bestellte Ware übersenden. Für den Fall der vereinbarten Zahlungsart Vorkasse erklären wir bereits jetzt und an dieser Stelle die Annahme des Vertragsangebotes des Kunden zu dem Zeitpunkt, in dem der Kunde Vorkasse leistet, wenn die Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Absendung der Bestellung erfolgt."* als **intransparent** und somit **unwirksam ein**. Darüber hinaus verstößt diese Klausel gegen einen wesentlichen Grundgedanken des Schuldrechts, da nach dieser Klausel der Kaufpreis gezahlt werden muss, obwohl ein Vertrag noch nicht zustande gekommen ist. **Zahlen muss der Kunde aber immer erst, wenn der Vertrag wirksam geschlossen wurde.**

Keine Zahlungsaufforderung in der Zugangsbestätigung

Durch Urteile von mehreren Amtsgerichten ist klar, dass bei entsprechender Formulierung (nur **Eingang der Bestellung, keine Zahlungsaufforderung**) der Händler noch nicht zur Lieferung verpflichtet ist (z. B. AG Wolfenbüttel und LG Gießen). Dieser Ablauf **funktioniert nicht**, wenn schon die erste **automatische Mail** oder die **Bildschirm-Bestätigungsseite** eine **Zahlungsaufforderung (Vorkasse)** enthält. Denn warum sollte der Kunde schon zahlen, wenn er noch gar keinen Vertrag geschlossen hat? Es kommt immer auf den sog. **objektiven Empfängerhorizont** an, d. h. die Frage, wie der Kunde die Bestätigung verstehen muss.

5.5.4 Preisirrtümer

R158 Nach höchstrichterlicher Rechtsprechung gibt es unter gewissen Voraussetzungen die Möglichkeit, die Auftragsbestätigung bei **falschen Preisauszeichnungen** wegen Irrtums anzufechten. Es ist aber zu beachten, dass es sich dabei nur um **Druck- oder Schreibfehler** oder **technisch bedingte Übermittlungsfehler** handeln darf. **Kalkulationsirrtümer** sind unbeachtlich. Bei einem „versehentlichen" Vertragsschluss muss die **Anfechtung unverzüglich** erfolgen, d. h. sofort nach Bemerken des Irrtums. Eine Anfechtung erst nach **drei Wochen** ist auf jeden Fall **zu spät** (LG Bonn). Die Anfechtung muss **klar erklärt** werden, d. h. Sie müssen Ihre Erklärung anfechten, **falsch** wäre es z. B., nur dem **Kunden Stornierung** der Bestellung anzubieten.

5.5.5 Informieren Sie über die technischen Schritte des Vertragsschlusses

R159 Sie müssen den Kunden über „die **einzelnen technischen Schritte**, die zu einem Vertragsschluss führen" (Art. 246c Nr. 1 EGBGB) unterrichten. Hierzu müssen Sie in laiengerechter Sprache über die Schritte informieren, die zum Vertragsschluss führen. Dabei sind vor allem Angaben darüber erforderlich, durch welche Erklärung der Kunde eine vertragliche Bindung

eingeht (also eine Bestellung abgibt) und durch welche Handlung von Ihnen (z.B. elektronische Bestätigung, Warenauslieferung) der Vertrag zustande kommen soll. Handelt es sich beim Angebot in Ihrem Shop nicht um ein verbindliches Vertragsangebot, sondern lediglich um eine invitatio ad offerendum, müssen Sie auch hierüber aufklären (OLG Hamm).

R160 Achten Sie unbedingt darauf, dass **keine Widersprüche** zwischen den Informationen zum Vertragsschluss auf der **Bestellseite**, in den **AGB** und in der **E-Mail-Bestätigung** vorhanden sind.

M35 Informationen zum Vertragsschluss

Bitte geben Sie Ihre Daten ein. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Hier erhalten Sie weitere Informationen zum Datenschutz <Link auf Datenschutzerklärung> Eine Registrierung ist nicht erforderlich. Ihre Daten werden verschlüsselt übertragen. Nach Eingabe Ihrer Daten und Auswahl der Zahlungsart gelangen Sie zur Bestellseite, auf der Sie Ihre Eingaben nochmals überprüfen können, bevor Sie Ihre Bestellung verbindlich absenden können.

Wenn Sie das gewünschte Produkt gefunden haben, können Sie dieses unverbindlich durch Anklicken des Buttons [in den Warenkorb] in den Warenkorb legen. Den Inhalt des Warenkorbs können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Warenkorb] unverbindlich ansehen. Die Produkte können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Löschen] wieder aus dem Warenkorb entfernen. Wenn Sie die Produkte im Warenkorb kaufen wollen, klicken Sie den Button [zur Kasse].

Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung ab, welche wir durch Versand der Bestell-Bestätigungs-Mail annehmen.

ODER

Mit Klicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] wird Ihre Bestellung verbindlich. Weitere Informationen zum Vertragsschluss erhalten Sie in unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen <Link auf AGB>.

ODER

Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der oben aufgelisteten Waren ab. Die Auftragsbestätigung erhalten Sie per E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung. Damit ist der Kaufvertrag geschlossen.

IN AGB / KUNDENINFORMATIONEN

Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der im Warenkorb enthaltenen Waren ab. Die Bestätigung des Zugangs Ihrer Bestellung erfolgt zusammen mit der Annahme der Bestellung unmittelbar nach dem Absenden durch automatisierte E-Mail. Mit dieser E-Mail-Bestätigung ist der Kaufvertrag zustande gekommen.

ODER

Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der im Warenkorb enthaltenen Waren ab. Die Bestätigung des Zugangs der Bestellung erfolgt durch automatisierte E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung und stellt noch keine Vertragsannahme dar. Wir können Ihre Bestellung durch Versand einer separaten Auftragsbestätigung per E-Mail oder durch Auslieferung der Ware innerhalb von zwei Tagen annehmen.

ODER

Mit Einstellung der Produkte in den Online-Shop geben wir ein verbindliches Angebot zum Vertragsschluss über diese Artikel ab. Der Vertrag kommt zustande, indem Sie durch Anklicken des Buttons [Kaufen / zahlungspflichtig bestellen] das Angebot über die im Warenkorb enthaltenen Waren annehmen. Unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung erhalten Sie noch einmal eine Bestätigung per E-Mail.

6 Widerrufsrecht

Rechtsquellen: §§ 312d, 312f, 312g, 355ff. BGB, Art. 246a EGBGB

R161 Kernstück der Verbraucherschutzgesetze für den Online-Handel ist neben den umfangreichen Informationspflichten das 14tägige **Widerrufsrecht** (§ 312g BGB). Information und Belehrung sind aus verschiedenen Gründen **sehr wichtig**.

- ☐ Klare und verständliche Information über das Widerrufsrecht (inkl. Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung sowie das Muster-Widerrufsformular) auf der Website
- ☐ Information über das Widerrufsrecht vor Abgabe der Bestellung auf Bestellseite inkl. Verlinkung auf die ausführliche Belehrung
- ☐ Verwendung der aktuellen gesetzlichen Musterbelehrung (empfohlen)
- ☐ Widerrufsbelehrung nicht als Grafik und keine kleinen Scrollboxen verwenden
- ☐ Hinweis auf das Nichtbestehen bzw. Erlöschen
- ☐ Differenzierung zwischen einer Belehrung für die Lieferung von Waren und einer Belehrung für die Erbringung von Dienstleistungen
- ☐ Keine Beschränkung des Widerrufsrechts auf originalverpackte oder unbenutzte Ware und kein Ausschluss unfreier Rücksendungen
- ☐ Keine Abwälzung der Transportgefahr auf den Verbraucher

6.1 Verbraucherrechterichtlinie

R162 Am 8. Oktober 2008 legte die EU-Kommission einen Vorschlag für eine Richtlinie über die Rechte der Verbraucher vor. Nach über drei Jahren der Diskussion und ständigen Änderungen am Richtlinientext wurde schließlich am 22. November 2011 im Amtsblatt der Union veröffentlicht. Mit dieser Richtlinie soll erstmals grenzüberschreitender Online-Handel in der EU möglich werden. Vereinheitlicht werden die Informationspflichten und das Widerrufsrecht im Fernabsatz.

R163 Änderungen beim Widerrufsrecht zum **13. Juni 2014** im Überblick:

- Europaweit 14-tägige Widerrufsfrist und Musterbelehrung
- Kosten der Rücksendung trägt der Verbraucher
- Hinsendekosten trägt Händler, allerdings keine Expresszuschläge o.ä.
- Regelungen zur Erklärung des Widerrufs inkl. Muster-Widerrufsformular
- Neue Ausnahmen vom Widerrufsrecht (u. a. „Hygieneartikel“, die entsiegelt wurden)
- 14 Tage Rücksendefrist für Verbraucher und Zurückbehaltungsrecht für Händler
- Nennung der Kosten der Rücksendung in der Belehrung bei Speditionsware
- Abschaffung der „unendlichen Widerrufsfrist“
- Mehrkosten für unfreie Rücksendungen trägt in der Regel der Verbraucher

6.2 Hinweis auf das Widerrufsrecht

R164 Der Verbraucher muss über die **Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechtes sowie das Muster-Widerrufsformular** informiert werden. Diese Pflicht gilt für sämtliche gewerblich tätige Unternehmer, also auch für Kleinunternehmer (LG Arnsberg).

R165 Diese Informationen müssen sowohl im Online-Shop bereitgestellt werden als auch dem Verbraucher auf einem **dauerhaften Datenträger** innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens jedoch bei Lieferung der Ware zur Verfügung gestellt werden. Dies kann z.B. in der Bestellbestätigungsmail geschehen. Für beide Belehrungen, also vor Vertragsschluss im Shop als auch auf dem dauerhaften Datenträger, ist die Verwendung der neuen Musterbelehrung zu empfehlen.

„Sprechende Links“ genügen

Um den Anforderungen an eine klare und verständliche Zurverfügungstellung der Informationen i.S.v. Artikel 246a § 1 Abs. 2 EGBGB im Internet zu genügen, ist es **nicht unbedingt erforderlich**, dass die konkrete Belehrung **auf der Startseite** oder **im Laufe eines Bestellvorgangs vorhanden ist**. Vielmehr genügt es, wenn die Widerrufsbelehrung **spätestens auf der Bestellseite** über einen **eindeutig bezeichneten Link** aufgerufen werden kann (BGH). Auf das Bestehen des Widerrufsrechtes muss gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 5 UWG schon **vor Einleitung des Bestellprozesses** hingewiesen werden.

Die Linkbezeichnung ist eindeutig, wenn aus ihr klar hervorgeht, dass über diesen Link die Widerrufsbelehrung aufgerufen werden kann, z.B. einen Link namens "AGB und Widerrufsrecht" oder zwei Links namens „AGB“ und „**Widerrufsrecht**“. Ein Link, der nur mit „AGB“ bezeichnet ist, genügt nicht (LG Frankfurt a.M.).

Wer nicht die Möglichkeit hat, Links im Bestellprozess einzubauen, sondern die **Belehrung in eine Scrollbox im Volltext** verwenden möchte, muss darauf achten, dass diese Scrollbox größer als 6 Zeilen ist (LG Frankfurt).

R166 Auf der Bestellseite können Sie durch den folgenden **Hinweis über dem Bestellbutton** auf das Widerrufsrecht hinweisen. Der Hinweis kann unterschiedlich ausführlich ausgestaltet sein und mit Checkboxen verbunden werden, mit denen die Kenntnisnahme bestätigt wird. **Je ausführlicher der Hinweis, desto geringer das Risiko**, dass ein Konkurrent wegen fehlenden Hinweises abmahnt. Sofern die Verlinkung auf das Widerrufsrecht sehr nah am Bestellbutton erfolgt, genügt nach Ansicht des OLG Köln auch ein Hinweis unterhalb des Buttons.

M36 Hinweis auf das Widerrufsrecht und Einwilligung zum Beginn von Dienstleistungen

Sie haben ein **14tägiges Widerrufsrecht**. Hier finden Sie die Einzelheiten zu Ihrem Widerrufsrecht <Link auf Widerrufsbelehrung auf separater Seite, #Anker in AGB bzw. allgemeinen Informationsseiten >

OPTIONAL bei Dienstleistungen (siehe R189)

❒ Ich bin einverstanden und verlange ausdrücklich, dass Sie vor Ende der Widerrufsfrist mit der Ausführung der beauftragten Dienstleistung beginnen. Mir ist bekannt, dass ich bei vollständiger Vertragserfüllung durch Sie mein Widerrufrecht verliere.

Freiwilliges Widerrufsrecht auch für gewerbliche Kunden?

Möchten Sie das **Widerrufsrecht** jedem Kunden, also **auch gewerblichen Kunden** anbieten? Häufig differenziert der Text in den AGB nicht, so dass auch gewerbliche Kunden ein Widerrufsrecht haben (AG Cloppenburg). Zwar gelten die Verbraucherschutzvorschriften des

BGB grundsätzlich nur zwischen Unternehmer (§ 14 BGB) und Verbraucher (§ 13 BGB), jedoch ist es dem Händler aufgrund der Privatautonomie unbenommen, auch anderen Unternehmern das Widerrufsrecht einzuräumen. Es sollte daher – falls die Einräumung des Widerrufsrechtes nur für Verbraucher gelten soll – klargestellt werden, dass die nachfolgende Belehrung nur für Verbraucher gilt. Dies können Sie durch einen **klarstellenden Zusatz** über der Widerrufsbelehrung (nicht in der Widerrufsbelehrung) vermeiden. Der BGH hat entschieden, dass der Zusatz „Das folgende Widerrufsrecht besteht nur für Verbraucher" zulässig ist.

6.2.1 Zeitpunkte der Information und Belehrung

R167 Die vorvertragliche (flüchtige) Erfüllung sämtlicher fernabsatzrechtlichen Informationspflichten auf der Internetseite gemäß § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Artikel 246a § 4 Abs. 3 EGBGB muss vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers erfolgen. Hierzu zählt auch die Information über das Widerrufsrecht. Darüber hinaus müssen all diese Informationen gemäß § 312f Abs. 2 BGB innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens jedoch bei der Lieferung der Ware auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt werden. Geschieht dies nicht, handelt der Unternehmer wettbewerbswidrig (LG Bochum).

6.2.2 Konsequenzen bei fehlerhafter Belehrung

R168 Ist die Belehrung fehlerhaft oder gar nicht vorhanden, hat dies **negative Folgen** für den Händler. Wer das gesetzliche Muster richtig verwendet, genießt eine **gesetzliche Privilegierung** und kann dann nicht mehr abgemahnt werden. Die **Privilegierung entfällt** bereits dann, wenn die **Zwischenüberschrift** „Folgen des Widerrufs" **weggelassen** wird. Hierdurch kann die Belehrung undeutlich werden (BGH). Die Privilegierung entfällt auch dann, wenn man die **Gestaltungshinweise zum gesetzlichen Belehrungsmuster falsch umsetzt** (BGH).

Vorsicht beim Einsatz von Grafiken

Das OLG Frankfurt entschied, dass der **Text der Widerrufsbelehrung bei eBay nicht als externe Grafik** vorgehalten werden darf, da diese Grafik bei Bestellungen im M-Commerce (WAP), für die eBay explizit werbe, nicht abgerufen werden könne. Das LG Berlin hält einen **Link in Form einer Grafik** in ständiger Rechtsprechung für **unzulässig**.

Faxnummer muss nicht genannt werden

Die Angabe einer **Telefaxnummer** bei der Formulierung einer Widerrufsbelehrung ist nur dann erforderlich, wenn der Verbraucher seinen Widerruf auch per Fax erklären kann.

6.3 Nichtbestehen und Erlöschen des Widerrufsrechts

6.3.1 Hinweis nur bei einschlägigem Sortiment

R169 Das Widerrufsrecht besteht bei einigen Waren nicht, bei anderen erlischt es. Der Unternehmer muss den Verbraucher im Falle, dass ihm ein Widerrufsrecht nicht zusteht oder dieses erlischt, darüber informieren, dass er seine Willenserklärung nicht widerrufen kann bzw. über die Umstände, unter denen er ein zunächst bestehendes Widerrufsrecht verliert. Nach altem Recht genügte zur Erfüllung dieser Informationspflicht ein **allgemeiner Hinweis an zentraler Stelle** auf lediglich einige der gesetzlichen Ausnahmen mit der Einleitung **„Das Widerrufsrecht besteht unter anderem nicht bei..."** (BGH). Allerdings stellt der Wortlaut des neuen Gesetzes auf die individuelle Willenserklärung des Verbrauchers ab, sodass noch unklar ist, ob die BGH-Rechtsprechung zum alten Recht ohne weiteres auf das neue Recht angewendet werden kann. So entschied das OLG Hamburg bereits zum alten Recht, dass bei Vertragsschlüssen über Waren oder Dienstleistungen, bei denen das **komplette Sortiment vom Widerrufsrecht ausgeschlossen** ist, ein Hinweis auf das Nichtbestehen ausdrücklich (bezogen auf das Produkt) erteilt werden muss. Die Nennung der Ausnahmen ist auch nach neuem Recht nicht Bestandteil der Muster-Widerrufsbelehrung.

M37 Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts

Das **Widerrufsrecht besteht nicht** bei Fernabsatzverträgen

- zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind,
- zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
- zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung von Waren, wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,
- zur Lieferung von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen.
- zur Lieferung alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat

R170 Die Rechtsprechung hat bereits nach altem Recht nur wenige Fälle entschieden, in denen die abstrakten Ausnahmetatbestände „nach **Kundenspezifikation** angefertigt“ oder „eindeutig auf die **persönlichen Bedürfnisse** zugeschnitten“ mit konkreten Sachverhalten ausgefüllt wurden. Es zeichnet sich jedoch eine **sehr verbraucherfreundliche Tendenz** ab, weil die Ausnahmen zu Verbraucherschutzbestimmungen wie dem Widerrufsrecht nach der Rechtsprechung des EuGH **restriktiv zu handhaben** sind. D. h., dass im Zweifel die Rückgabe nicht ausgeschlossen werden sollte, um nicht die **Fehlerhaftigkeit der Widerrufsbelehrung** und damit Abmahnungen zu riskieren. Lassen Sie sich am besten durch einen Rechtsanwalt beraten. Es kommt bei dieser Frage stets darauf an, ob dem Händler durch die Rücknahme der Ware **erhebliche wirtschaftliche Nachteile** entstehen, weil die Ware erst auf Bestellung des Kunden nach dessen individueller Auswahl angefertigt wurde.

R171 Noch ungeklärt ist, ob die BGH-Rechtsprechung zur alten Ausnahme der Kundenspezifikation auch weiterhin anwendbar bleibt. Zu den Voraussetzungen zählte die Rechtsprechung bisher, dass die vom Kunden veranlasste Anfertigung der Ware **nicht ohne weiteres rückgängig** gemacht werden kann. War dies der Fall, kommt auch ein Weiterverkauf der Einzelteile bzw. eine Neuanfertigung nach den Spezifikationen eines weiteren Kunden in Betracht und ein Widerrufsrecht war gegeben. Es musste hier also mit **wirtschaftlich vertretbarem Aufwand** möglich sein, die Bestandteile der Ware wieder in den Zustand zu versetzen, den sie vor der Zusammenstellung des Produkts hatte. Unwirtschaftlich war es, wenn dies einen Arbeitsaufwand erfordert, der **wertmäßig mehr als 5 % des Warenwertes** betrug. Ferner musste es dem Unternehmer – unabhängig von der „Zerlegbarkeit“ – wirtschaftlich betrachtet nicht zumutbar sein, die individuell angefertigte Ware zurückzunehmen, weil er sie nicht mit verhältnismäßigem Aufwand weiterverkaufen konnte.

R172 Daher kam es nach altem Recht insgesamt also auf den **Grad der Individualisierung** an. Je mehr ein Produkt von den üblichen Spezifikationen abweicht, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass sich die übrigen Kunden des Händlers nicht mehr für dieses konkrete Produkt interessieren. Jedoch kann z. B. beim Angebot von **Notebooks** mit **zahlreichen Drop-**

Down- Boxen (Auswahl der Festplattengröße, der Größe des Arbeitsspeichers, des jeweiligen DVD- Laufwerks etc.) allein durch die Individualisierbarkeit des Endgeräts das Widerrufsrecht nicht ausgeschlossen werden, da die Individualisierung hier für viele Kunden nicht kaufentscheidend sein dürfte. Bei selbst zusammengestellten **Möbeln** kommt der Ausschluss des Widerrufsrechts dagegen schon eher in Betracht, da es bei Möbeln in Anbetracht der Verkehrsanschauung stark auf die konkrete Individualisierung bezüglich Farbe, Form, Material etc. ankommt. Bei **Duschkabinen** dürfte der Fall ähnlich liegen, da diese meist auf die konkreten Räumlichkeiten zugeschnitten sind. Handelt es sich jedoch um Kabinen, die von Farbe, Form, Größe und Material den üblichen Duschkabinen entsprechen und lassen sich die individualisierten Kabinen problemlos in den üblichen Räumlichkeiten einfügen, dürfte ein Ausschluss des Widerrufsrechts nicht gegeben sein. Ähnlich liegt es auch bei speziell angefertigten **Fahrrädern**, wenn diese nicht zu sehr von den üblichen Gestaltungsmöglichkeiten abweichen.

6.3.2 Bisherige Rechtsprechung zu (un)zulässigen Ausschlüssen

Elektronische Bauteile sind nicht vom Widerruf ausgeschlossen

Das OLG Dresden hat entschieden, dass elektronische Bauteile wie **RAM-Bausteine**, **Motherboards** und **Speichermedien** keine auf Grund ihrer Beschaffenheit für eine Rücksendung nicht geeigneten Waren sind. Ein **Ausschluss des Widerrufsrechts** für diese Waren in AGB für Verbraucher ist daher **unzulässig**.

Built-to-Order Computer sind nicht vom Widerrufrecht ausgeschlossen

Das OLG Frankfurt entschieden, dass ein **individuell konfiguriertes Notebook** (Wert der Individualausstattung über ein Viertel des Preises des Notebooks) nicht vom Widerrufsrecht ausgeschlossen ist. Der **BGH** hat das Urteil bestätigt und entschieden, dass **keine Anfertigung der Ware nach Kundenspezifikation** gegeben ist, wenn die zu liefernde Ware auf Bestellung des Verbrauchers aus vorgefertigten Standardbauteilen zusammengefügt wird, die mit verhältnismäßig geringem Aufwand ohne Beeinträchtigung ihrer Substanz oder Funktionsfähigkeit wieder getrennt werden können (**Aufwand** unter **5 % des Warenwertes** für den Unternehmer **zumutbar**). Dies bestätigten im Jahr 2007 noch einmal das AG Schönebeck und AG Hoyerswerda und entschieden zugleich, dass auch mit einem vom Kunden konfigurierten PC gelieferte Software nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen ist, wenn diese nur Nebensache zur Hardware ist.

Tesafilm ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht)

Eine **Versiegelung** im Sinne des § 312d Abs. 4 Nr. 2 BGB, die bei Entsiegelung zum Wegfall des Widerrufsrechtes führen würde, liegt nach LG Dortmund **nicht** vor, wenn eine CD-ROM oder eine DVD **lediglich mit einem Tesafilmstreifen** zugeklebt ist.

Cellophanhülle ist keine „Versiegelung“ (Ausnahme vom Widerrufsrecht)

Eine **Versiegelung** im Sinne des § 312d Abs. 4 Nr. 2 BGB liegt nach OLG Hamm auch **nicht** vor, wenn eine CD-ROM oder eine DVD in eine **Cellophanhülle** eingeschweißt ist.

Geöffnete Kontaktlinsen

Das OLG Hamburg hat entschieden, dass **Kontaktlinsen und zugehörige Pflegemittel**, bei denen lediglich die **Umverpackung geöffnet** wurde, **nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen** sind. Sofern lediglich die Umverpackung geöffnet wurde, gilt diese Rechtsprechung auch weiterhin. Etwas anderes gilt nur, wenn die Verpackung mit einem Siegel versehen und dieses Siegel nach der Lieferung entfernt wurde. Dann wären auch Kontaktlinsen vom Widerrufsrecht ausgenommen.

Rücksendung benutzter Kosmetika

Das OLG Köln hat entschieden, dass die Klausel „Kosmetik kann nur in einem unbenutzten Zustand zurückgenommen werden." in Zusammenhang mit der Information über das Widerrufsrecht nach altem Recht unzulässig war. Heute sind **Kosmetikartikel vom Widerrufsrecht ausgenommen, sofern sie versiegelt geliefert wurden und das Siegel vom Verbraucher entfernt wurde**. Bei der Formulierung der Ausschlussklausel sollte man sich aber an die Worte des Gesetzgebers halten und keine eigenmächtigen Veränderungen vornehmen.

Rücksendung von Arzneimitteln

Das AG Köln hat entschieden, dass die Rückgabe bei Fernabsatzverträgen über **Arzneimittel nicht ausgeschlossen** sei. Es liege allein im Risikobereich des Händlers, dass u. U. das Medikament möglicherweise nicht mehr in Verkehr gebracht werden könne. Dieser Meinung hat sich das LG Halle zu Recht nicht angeschlossen. Es entschied, dass Arzneimittel nicht zur Rücksendung geeignet sind und daher ein **Widerrufsrecht nicht besteht**. Zukünftig sind Arzneimittel nur dann vom Widerrufsrecht ausgeschlossen, wenn diese versiegelt geliefert wurden und das Siegel vom Verbraucher entfernt wurde.

Heizöl ist nicht vom Widerruf ausgeschlossen

Bei Bestellungen von Heizöl im Fernabsatz besteht grundsätzlich ein (BGH, LG Wuppertal). Sobald das Heizöl aber in den Tank des Kunden eingefüllt wurde, ist das Widerrufsrecht nach § 312g Abs. 2 Nr. 4 BGB aufgrund Vermischung erloschen.

Wasser, Strom und Gas sind nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen

Verträge über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom sind nicht vom Widerrufsrecht ausgenommen, allerdings erlischt das Widerrufsrecht zur Lieferung von Wasser, Gas und Strom wie bei Dienstleistungen (siehe Rn 189).

Bahntickets und Eintrittskarten

Ausgeschlossen ist das Widerrufsrecht bei Geschäften wie der **Vermittlung** von **Eintrittskarten** (AG München) oder dem Verkauf von **Bahntickets** (OLG Frankfurt). Nach neuem Recht findet auf diese Verträge zwar Fernabsatzrecht Anwendung, ein Widerrufsrecht besteht allerdings nicht (§ 312g Abs. 2 Nr. 9 BGB)

Ausschluss des Widerrufsrechtes beim Verkauf von Cognac?

Das AG Potsdam und das LG Potsdam haben entschieden, dass Cognac, der bereits 80 Jahre alt ist, nicht unter die Ausnahme „**schnell verderblich**" fällt. Das LG Potsdam entschied darüber hinaus, dass bei der Frage, ob eine Ware schnell verderblich ist, immer darauf ankommt, ob die Ware innerhalb der regelmäßigen **Widerrufsfrist von 14 Tagen** verderben würde, auch wenn sich die Frist wegen einer unterbliebenen oder fehlerhaften Widerrufsbelehrung verlängert.

Online-Kurse

Kurse, die online durchgeführt werden, fallen nicht unter die Ausnahme des § 312g Abs. 2 Nr. 9 BGB, wenn es an einer Verpflichtung zur Leistungserbringung zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums fehlt (OLG Hamm).

Lebende Bäume

Wurzelnackte lebende Bäume sind keine schnell verderblichen Waren im Sinne des § 312 g Abs. 2 Nr. 2 BGB (OLG Celle). Dies gilt auch, wenn der Verbraucher die Bäume nicht bestimmungsgemäß behandelt – also eingepflanzt – hat, so dass sie absterben.

Konfiguriertes Sofa

Ein Sofa, welches der Verbraucher zweifarbig gestalten und dabei aus jeweils 17 Farben auswählen und zusätzlich noch eine spiegelverkehrte Variante bestellen kann (mithin **578 Kombinationsvarianten**), erfüllt die Kriterien für eine Kundenspezifikation und ist daher vom Widerrufsrecht ausgenommen (LG Düsseldorf). Dies gilt aber nicht pauschal für jede Konfiguration. Vielmehr muss das vom Verbraucher konfigurierte Produkt auf seine **Individualität** geprüft werden. Erstellt sich der Kunde beispielsweise ein Sofa in der Hauptfarbe Weiß und der Nebenfarbe Schwarz fehlt es an einer solchen Individualisierung, da dieses Produkt ohne Probleme an andere Verbraucher abgegeben werden kann (AG Dortmund).

Goldbarren

Verträge zur Lieferung von Goldbarren unterliegen dann dem Widerrufsrecht, wenn der Unternehmer diese **über einen längeren Zeitraum zu einem festen Preis angeboten** hat, obwohl in der gleichen Zeit der Goldpreis erheblich schwankte. Ein solches Verhalten des Händlers mache deutlich, dass der gebildete Preis nicht von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhänge, weswegen er sich auch nicht auf diese Ausnahme berufen könne (AG Borken).

Kompletträder

Das Aufziehen ausgewählter **Reifen auf die Felgen** führt nicht zum Ausschluss des Widerrufsrechts wegen Kundenspezifikation (LG Hannover, AG Marienberg).

Medizinprodukte

Kauft ein Verbraucher ein Medizinprodukt in einem Online-Shop, für das auch nach einer Rücksendung eine wenn auch nur beschränkte **Wiederverkäuflichkeit** besteht, besteht für dieses Produkt ein Widerrufsrecht (AG Köln). In dem Fall ging es um einen Stent, der in die Nase eingeführt werden kann. Das Gericht entschied, dass dieses dem Widerrufrecht unterliege, da auch Ärzte das Produkt nach einer Sterilisation wiederverwenden würden.

R173 Bei dem Hinweis auf Nichtbestehen des Widerrufsrechts ist auf Vollständigkeit zu achten. So hat das LG Hamburg entschieden, dass eine Klausel, wonach das Widerrufsrecht bei Lieferung von Audio- und Videoaufzeichnungen generell nicht bestehe, unzutreffend ist.

6.3.3 Erlöschen bei Dienstleistungen

R174 Bei **Dienstleistungen** (z. B. Internetzugang, Mobilfunkverträge) **erlischt das Widerrufsrecht vorzeitig**, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat und mit der Ausführung erst begonnen hat, nachdem der Verbraucher dazu seine ausdrückliche Zustimmung gegeben hat und gleichzeitig seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert (§ 356 Abs. 4 BGB). Das Widerrufsrecht bei Dienstleistungen erlischt also nicht vorzeitig, wenn der Händler den Verbraucher nicht über diese Rechtsfolge aufklärt. Außerdem ist der Händler für das **Vorliegen der ausdrücklichen Zustimmung** zum Beginn der Ausführung der Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist darlegungs- und beweispflichtig (AG Hamburg-Wandsbeck).

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

M38 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei Dienstleistungen

SIE DÜRFEN DIESEN PASSUS NUR AUFNEHMEN, WENN SIE AUCH DIENSTLEISTUNGEN ANBIETEN, BEI DENEN EIN VORZEITIGES ERLÖSCHEN IN FRAGE KOMMT.

Besondere Hinweise

[ ] Ich bin einverstanden und verlange ausdrücklich, dass Sie vor Ende der Widerrufsfrist mit der Ausführung der beauftragten Dienstleistung beginnen. Mir ist bekannt, dass ich bei vollständiger Vertragserfüllung durch Sie mein Widerrufrecht verliere.

6.3.4 Erlöschen bei digitalen Inhalten

R175 Bei Verträgen über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen **digitalen Inhalten** (z. B. Download, E-Book) **erlischt das Widerrufsrecht vorzeitig**, wenn der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrages begonnen hat, nachdem der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrages vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrages sein Widerrufsrecht verliert.

M39 Bestätigung zum Erlöschen des Widerrufsrechtes bei digitalen Inhalten

SIE DÜRFEN DIESEN PASSUS NUR AUFNEHMEN, WENN SIE AUCH DIGITALE INHALTE ANBIETEN, DIE NICHT AUF EINEM KÖRPERLICHEN DATENTRÄGER GELIEFERT WERDEN, BEI DENEN EIN VORZEITIGES ERLÖSCHEN IN FRAGE KOMMT.

Besondere Hinweise

[ ] Ich stimme ausdrücklich zu, dass Sie vor Ablauf der Widerrufsfrist mit der Ausführung des Vertrages beginnen. Mir ist bekannt, dass ich durch diese Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrages mein Widerrufsrecht verliere.

6.4 Wertersatz

6.4.1 Wertersatz bei Waren

R176 Die **Vorschriften über den Anspruch des Händlers auf Wertersatz** wurden völlig neu strukturiert. Grundlage für einen Anspruch auf Wertersatz ist jetzt ein an der Ware eingetretener Wertverlust. Das bedeutet, dass es (anders als früher) keinen Wertersatz für gezogene Nutzungen mehr gibt. Außerdem müssen folgende zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

- der Wertverlust muss auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen sein, der zur **Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Waren nicht notwendig** war und
- der Verbraucher muss über sein **Widerrufsrecht** gemäß Art. 246a § 1 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB **informiert** werden

R177 Der Unternehmer muss im Zweifel nachweisen, dass der Verbraucher die Ware über das zur Prüfung Notwendige hinaus genutzt hat und dass hierdurch ein Wertverlust an den Waren eingetreten ist.

Kein Wertersatz für ein befülltes Wasserbett

Der BGH hatte über den **Rückzahlungsanspruch** eines Verbrauchers zu entscheiden, der ein Wasserbett online gekauft hatte. Er befüllte dieses mit Wasser und widerrief anschließend den Vertrag. Der Händler erstattete allerdings lediglich den Preis der Heizung, da er das Wasserbett nicht mehr als neu verkaufen konnte. Zu Unrecht, wie der BGH urteilte, da

das **Befüllen der Matratze des Wasserbettes** vom **wertersatzfreien Prüfungsrecht** des Verbrauchers erfasst ist. Eine dadurch entstehende **Verschlechterung** der Sache geht **zu Lasten des Verkäufers**. Der BGH folgte damit den beiden Vorinstanzen.

Kein Wertersatz für eingebauten Katalysator

Der Kunde ist nicht zur Zahlung von Wertersatz verpflichtet, wenn er einen **Katalysator in seinen Wagen einbaut**, damit eine kurze Probefahrt unternimmt und ihn danach wieder entfernt, auch wenn dieser dann Einbau-Spuren aufweist. Dieser Einbau geht nicht über eine Funktionsprüfung hinaus, da nur durch eine kurze Probefahrt die Funktionsweise des Katalysators tatsächlich getestet werden kann (AG Berlin-Lichtenberg).

Zwei Nächte Probeschlafen

Eine normale Matratze darf von einem Verbraucher zwei Nächte probegeschlafen werden, ohne dass er hierfür Wertersatz zahlen muss. Tritt durch eine weitere Nutzung ein Wertverlust ein, müsste der Verbraucher für diesen Ersatz leisten (AG Köln).

6.4.2 Wertersatz bei Dienstleistungen

R178 Der Wertersatz bei Dienstleistungen ist sehr verbraucherfreundlich geregelt. Der Verbraucher schuldet nach § 357 Abs. 8 BGB nur noch dann **Wertersatz für die bis zum Widerruf erbrachte Dienstleistung**, **wenn er vom Unternehmer ausdrücklich verlangt hat, dass dieser vor Ende der Widerrufsfrist mit der Dienstleistung beginnt**. Der Wertersatz kann dabei niemals höher ausfallen als das ursprünglich vereinbarte Entgelt (LG Hamburg). Wird ein Vertrag mit einer bestimmten Laufzeit geschlossen, muss der im Fall eines Vertragswiderrufs zu leistende Wertersatz **zeitbezogen berechnet** werden und darf sich nicht allein daran ausrichten, ob der Nutzer bereits einzelne Leistungsversprechen in Anspruch genommen hat (LG Hamburg). Außerdem muss der Verbraucher über diese Rechtsfolge informiert werden. Entsprechend lautet Gestaltungshinweis 6 der Musterwiderrufsbelehrung: *„Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen oder Lieferung von Wasser/Gas/Strom/Fernwärme [Unzutreffendes streichen] während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.“* Fehlt ein entsprechender Hinweis und erbringen Sie eine Dienstleistung, obwohl das Widerrufsrecht noch nicht erloschen ist, so können Sie also keine Vergütung für den Zeitraum bis zum Widerruf verlangen.

R179 Auf der Seite im Bestellprozess, auf der sich der Bestellbutton befindet, sollte daher die **Zustimmung des Verbrauchers** eingeholt werden, dass der Unternehmer bereits vor Ablauf der Widerrufsfrist mit der Dienstleistung beginnen darf **(siehe M37 bzw. M39)**. Zusätzlich sollte auf die Folge dieser Einwilligung hingewiesen werden, also dass dann die Möglichkeit besteht, Wertersatz für die bereits erbrachten Dienstleistungen zu verlangen, wenn der Verbraucher den Vertrag noch widerruft. Erteilt der Verbraucher diese Einwilligung nicht, sollte nicht vor Ablauf der Widerrufsfrist mit der Dienstleistung begonnen werden, da Sie sonst keinen Wertersatz geltend machen können.

6.4.3 Wertersatz bei digitalen Inhalten

R180 Gemäß § 357 Abs. 9 BGB hat der Händler **keinen Anspruch auf Wertersatz**, wenn der Verbraucher einen Vertrag über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen digitalen Inhalten widerruft.

6.5 Die Muster im EGBGB

6.5.1 Sollen die Muster verwendet werden?

R181 In der Vergangenheit wurden die Muster-Belehrungen von verschiedenen Gerichten immer wieder für unzulässig erklärt, bis der BGH entschied, dass auch die Muster aus der früheren BGB-InfoV wirksam waren. Auch nach dem neuen Recht bietet der Gesetzgeber wieder Muster an. **Die Muster können nun allerdings in den seltensten Fällen wie vom Gesetzgeber vorgeschrieben in einem Online-Shop verwendet werden.**

R182 Hintergrund ist, dass der Fristbeginn für jede Bestell- und Liefersituation **dynamisch angepasst** werden muss. Außerdem müssen **bei Speditionswaren die Kosten der Rücksendung** im Widerrufsfall bereits vor Abgabe der Bestellung **exakt** angegeben werden, obwohl Sie zu diesem Zeitpunkt noch nicht wissen können, ob und welche Artikel der Verbraucher evtl. zurückschickt.

6.5.2 Text der Musterwiderrufsbelehrung

M40 Gesetzliches Muster für die Widerrufsbelehrung

EGBGB Anlage 1 zu Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 2. Fundstelle: BGBl. I 2013, 3642 - 3670

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag [1].

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([2]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. [3]

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. [4]

[5]

[6]

Gestaltungshinweise:

[1] Fügen Sie einen der folgenden in Anführungszeichen gesetzten Textbausteine ein:

a) im Falle eines Dienstleistungsvertrags oder eines Vertrags über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, von Fernwärme oder von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden: „des Vertragsabschlusses.“;

b) im Falle eines Kaufvertrags: „, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat.“;

c) im Falle eines Vertrags über mehrere Waren, die der Verbraucher im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat und die getrennt geliefert werden: „, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.“;

d) im Falle eines Vertrags über die Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken: „, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück in Besitz genommen haben bzw. hat.“;

e) im Falle eines Vertrags zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg: „, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.“

[2] Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse ein.

[3] Wenn Sie dem Verbraucher die Wahl einräumen, die Information über seinen Widerruf des Vertrags auf Ihrer Webseite elektronisch auszufüllen und zu übermitteln, fügen Sie Folgendes ein: „Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.“

[4] Im Falle von Kaufverträgen, in denen Sie nicht angeboten haben, im Falle des Widerrufs die Waren selbst abzuholen, fügen Sie Folgendes ein: „Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.“

[5] Wenn der Verbraucher Waren im Zusammenhang mit dem Vertrag erhalten hat:

a) Fügen Sie ein:

– „Wir holen die Waren ab.“ oder

– „Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden.“

b) fügen Sie ein:

– „Wir tragen die Kosten der Rücksendung der Waren.“;

– „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.“;

– Wenn Sie bei einem Fernabsatzvertrag nicht anbieten, die Kosten der Rücksendung der Waren zu tragen, und die Waren aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können: „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren in Höhe von … EUR [Betrag einfügen].“, oder, wenn die Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können: „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Die Kosten werden auf höchstens etwa … EUR [Betrag einfügen] geschätzt.“ oder

– Wenn die Waren bei einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können und zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses zur Wohnung des Verbrauchers geliefert worden sind: „Wir holen die Waren auf unsere Kosten ab.“ und

c) fügen Sie ein: „Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.“

[6] Im Falle eines Vertrags zur Erbringung von Dienstleistungen oder der Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme fügen Sie Folgendes ein: „Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen oder Lieferung von Wasser/Gas/Strom/Fernwärme [Unzutreffendes streichen] während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.“

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

6.5.3 Angepasste Musterwiderrufsbelehrungen für Warenlieferungen

R183 Bei der Erstellung der richtigen Belehrung für seinen eigenen Shop muss man insgesamt 4 Fragen beantworten:

1. Welche Fristsituation ist für die Bestellung maßgeblich?
2. Besteht die Möglichkeit für den Verbraucher, den Widerruf online zu erklären?
3. Holt der Unternehmer die Ware ab oder muss der Verbraucher die Ware zurücksenden?
4. Wer soll die Kosten der Rücksendung tragen?

R184 Je nach Antwort auf diese Fragen müssen unterschiedliche Textbausteine aus den Gestaltungshinweisen in die Belehrung aufgenommen werden. Damit ergeben sich **insgesamt 50 mögliche Widerrufsbelehrungen**. Hier im Handbuch können nur ein paar ausgewählte angepasste Muster-Belehrungen zur Verfügung gestellt werden. Nachfolgend finden Sie beispielhaft einige angepasste Muster-Belehrungen, die jeweils unter den im Abschnitt „**Wichtige Hinweise**“ genannten Bedingungen im Online-Shop eingesetzt werden können.

➔ **Wichtige Hinweise für M41:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr über Warenlieferungen, bei dem alle bestellten Waren in einer einheitlichen Lieferung beim Verbraucher eintreffen, keine Erbringung von Dienstleistungen, Verbraucher übernimmt Rücksendekosten bei paketversandfähiger Ware, keine Waren, die nicht mit normaler Post zurückgeschickt werden können, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden, kein finanziertes Geschäft.

M41 Widerrufsbelehrung für die einheitliche Lieferung von Waren

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

➔**Wichtige Hinweise für M42:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr über Warenlieferungen, bei dem die im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellten Waren getrennt geliefert werden, keine weiteren Waren, keine Erbringung von Dienstleistungen, Verbraucher übernimmt Rücksendekosten bei paketversandfähiger Ware, keine Waren, die nicht mit normaler Post zurückgeschickt werden können, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden, kein finanziertes Geschäft. **Wenn Sie nicht wissen, ob die in M42, M43 oder M44 beschriebene Bestellsituation vorliegt, sollten Sie M43 verwenden.**

M42 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von mehreren Waren

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

➔**Wichtige Hinweise für M43:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr über Warenlieferungen, bei dem eine bestellte Ware in mehreren Teillieferungen geliefert wird, keine Erbringung von Dienstleistungen, Verbraucher übernimmt Rücksendekosten bei paketversandfähiger Ware, keine Waren, die nicht mit normaler Post zurückgeschickt werden können, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden, kein finanziertes Geschäft.

M43 Widerrufsbelehrung für die getrennte Lieferung von einer Ware

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

6.5.4 Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Abo-Verträge

R185 Eine besondere Fristbelehrung ist auch für Abo-Verträge notwendig. Auch hierfür gibt es einen eigenen Gestaltungshinweis in der Musterwiderrufsbelehrung. Nachfolgend finden Sie eine entsprechend angepasste Formulierung.

➔**Wichtige Hinweise für M44:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr über die regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg, keine sonstigen Waren, keine Erbringung von Dienstleistungen, Verbraucher übernimmt Rücksendekosten bei paketversandfähiger Ware, keine Waren, die nicht mit normaler Post zurückgeschickt werden können, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden, kein finanziertes Geschäft.

M44 Widerrufsbelehrung für Abo-Verträge

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

6.5.5 Angepasste Muster-Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditionsware

R186 Im Fall von Waren, die nicht als Paket zurückgesendet werden können (also z. B. Speditionsware), muss der Unternehmer in der Widerrufsbelehrung die Kosten der Rücksendung konkret beziffern. Tut er dies nicht, muss der Verbraucher diese Kosten auch nicht tragen.

➔**Wichtige Hinweise für M45:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, bei dem alle bestellten Waren in einer einheitlichen Lieferung beim Verbraucher eintreffen und nur per Spedition zurückgeschickt werden können, keine paketversandfähigen Waren, kein Abo-Vertrag, keine Erbringung von Dienstleistungen, Unternehmer holt die Ware beim Verbraucher ab, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden, kein finanziertes Geschäft.

M45 Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Speditions-Waren

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet.

Wir holen die Waren ab. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren in Höhe von … EUR [Betrag einfügen].

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

6.5.6 Angepasste Musterwiderrufsbelehrung für Dienstleistungen

R187 Nachfolgend finden sie eine Belehrung, in welcher die Gestaltungshinweise aus dem gesetzlichen Muster angewendet wurden, sodass diese Belehrung in einem Online-Angebot über die Erbringung von Dienstleistungen unter den genannten Voraussetzungen verwendet werden kann.

➔ **Wichtige Hinweise für M46:** Voraussetzungen für die Verwendung des Musters: Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr über die Erbringung von Dienstleistungen, keine Lieferung von Wasser, Gas, Strom oder Fernwärme, kein Verkauf von Waren, Einwilligung und ausdrückliches Verlangen des Verbrauchers zum Beginn der Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist liegt vor (siehe M37), kein finanziertes Geschäft, Möglichkeit, das Widerrufsformular online auszufüllen und abzusenden.

M46 Widerrufsbelehrung für die Erbringung von Dienstleistungen

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag des Vertragsabschlusses.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet.

Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

6.5.7 Muster-Widerrufsformular

R188 Nach neuem Recht muss der Verbraucher außerdem vor Abgabe seiner Bestellung über das **Muster-Widerrufsformular** informiert werden. **Dieses ist nicht zu verwechseln mit Widerrufsbelehrung** und muss unabhängig von der Art der Belehrung stets verwendet werden. Außerdem muss das Widerrufsformular dem Verbraucher auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt werden. Es bietet sich an, dieses unterhalb der Widerrufsbelehrung mit aufzuführen, sodass der Verbraucher die Widerrufsbelehrung und das Widerrufs-Formular zusammen in einem Dokument erhält.

M47 Muster-Widerrufsformular

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

An [hier ist der Name, die Anschrift und gegebenenfalls die Telefaxnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers durch den Unternehmer einzufügen]:

Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden

Waren (*)/die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)

Bestellt am (*)/erhalten am (*)

Name des/der Verbraucher(s)

Anschrift des/der Verbraucher(s)

Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

Datum

(*) Unzutreffendes streichen.

R189 Außerdem können Sie dem Verbraucher **auch** anbieten, dieses Formular (oder eine andere eindeutige Erklärung) **über Ihre Website auszufüllen** und online abzusenden. In diesem Fall müssen Sie dem Verbraucher den Zugang des Widerrufs unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger (also z. B. per Mail) bestätigen.

6.6 Häufige Fehler beim Widerrufsrecht

Keine Beschränkung auf originalverpackte bzw. unbenutzte Ware

Der **Verbraucher hat das Recht**, die Ware während der Widerrufs- bzw. Rückgabefrist **zu benutzen**. Bei entsprechendem Hinweis in der Belehrung können Sie bei Benutzung **Wertersatz** beanspruchen (Abnutzung, nicht mehr als neu verkäuflich etc.) Die Rücksendung nicht originalverpackter oder benutzter Waren **darf aber keinesfalls ausgeschlossen werden.** Laut OLG Hamm kann bereits eine Bitte, die Originalverpackung und einen Rücksendeschein zu verwenden, eine unzulässige Einschränkung des Widerrufsrechtes sein, die zu endlosen Widerrufsfristen führt (so auch schon das LG Dortmund). Hingegen ist nach dem LG Hamburg eine bloße **Bitte um Verwendung der Originalverpackung** möglich. Bei derartigen Bitten muss aber genau auf die Formulierung geachtet werden. Das Widerrufsrecht kann dem Kunden auch nicht deswegen verweigert werden, weil dieser eine Alarmanlage bereits aufgestellt und mit dem Stromnetz verbunden hatte (AG Bonn).

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

Wertersatz bei fehlender Produktverpackung

Möglich ist es jedoch, **Wertersatz für eine fehlende Produktverpackung** (nicht Transportverpackung) zu verlangen, es sei denn, die Verpackung musste zerstört werden, damit überhaupt eine Prüfung der Ware möglich ist. Anderenfalls würde der Händler regelmäßig auf dem (nun nicht mehr originalverpackten und ohne Bedienungsanleitung zu verkaufenden) Produkt „sitzen bleiben“ bzw. sich mit einem erheblich reduzierten Verkaufspreis zufrieden geben müssen.

Jedoch kann der Händler z. B. **keinen Wertersatz** verlangen, wenn die **Verpackung des Produkts geöffnet** wurde, da der Verbraucher ja in der Lage sein muss, die Ware (wie im Laden) zu prüfen. Demgegenüber ist es dem Verbraucher wohl zumutbar, zumindest bis zum Ablauf der Widerrufsfrist die Verpackung aufzubewahren. Es ist jedoch zu beachten, dass das Widerrufsrecht aufgrund fehlender Produktverpackung **nicht ganz ausgeschlossen** werden kann. Bereits die Bitte, die Verpackung und einen Rücksendeschein zu verwenden, kann eine unzulässige Einschränkung des Widerrufsrechtes (OLG Hamm).

„Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“

Nach altem Recht wurde die Klausel „Unfreie Rücksendungen werden nicht angenommen“ abgemahnt. Nach neuem Recht müssen Verbraucher die Kosten der Rücksendung tragen, sofern sie korrekt darauf hingewiesen wurden. In dem Fall sind Verbraucher auch nicht mehr berechtigt, die Waren unfrei zurückzusenden.

Aktuelle Rücksendeadresse

Ziehen Unternehmen um oder verlegen ihren Sitz, muss die **neue Anschrift** auch im Online-Shop abgebildet werden. Häufig kommt es vor, dass Händler vergessen, diese Änderungen im Shop vorzunehmen. Das LG Leipzig entschied, dass es **wettbewerbswidrig** ist, wenn in der Widerrufsbelehrung **noch die alte Adresse** steht, das Unternehmen aber bereits eine neue Geschäftsanschrift hat. Das LG Koblenz entschied, dass eine Postfachadresse in der Widerrufsbelehrung nicht ausreichend ist. Im neuen Recht findet sich hierzu keine Regelung im Gesetz, aber in der Muster-Widerrufsbelehrung und im Muster-Widerrufsformular ist nur noch von der „Anschrift“ die Rede.

Nennung aller Kontaktmöglichkeiten

Im Gesetz finden sich keine Vorschriften dazu, welche Kontaktmöglichkeiten innerhalb der Widerrufsbelehrung genannt werden müssen, an die der Verbraucher seinen Widerruf richten kann. Die **Telefon- und Faxnummer sowie die E-Mail-Adresse** müssen in der Widerrufsbelehrung zwingend genannt werden, sofern diese beim Unternehmer existieren (OLG Hamm, LG Bochum). In dem Fall ergab sich aus dem Impressum des Online-Shops, dass diese Kontaktmöglichkeiten bestanden, also – so das Gericht – mussten diese auch innerhalb der Belehrung genannt werden. Als „ladungsfähige Anschrift“ ist die Nennung einer Postleitzahl in Verbindung mit einem Ort zulässig (also ohne Straße und Hausnummer), die dem Unternehmer als Großempfänger der Post zugeordnet ist (OLG Frankfurt).

Auch ein Teilwiderruf ist möglich

Das AG Wittmund entschied, dass **auch ein Teilwiderruf zulässig** ist. Bei der häufig im Fernabsatz vorkommenden **Sammelbestellung** mehrerer Personen oder der **gleichzeitigen Bestellung mehrerer Vertragsgegenstände** wäre das Widerrufsrecht erheblich eingeschränkt, würde man den Widerruf nur im Hinblick auf den Vertrag im Ganzen zulassen, so das Gericht. Nach Abschluss eines **Mobilfunk-Laufzeitvertrags zusammen mit dem Kauf eines Handys** oder eines anderen Geräts besteht nach dem AG Karlsruhe bezüglich des erworbenen Geräts ein Teil-Widerrufsrecht bezüglich des Mobilfunkgerätes, welches sich auch auf den Mobilfunkteil erstreckt. Der Kunde muss **nur die Grund- und Gesprächsgebühren bis zum Widerruf ausgleichen**.

Kunde kann nicht mehr durch Verweigerung der Paketannahme widerrufen
Die **Verweigerung der Annahme eines Paketes** kann keine Ausübung des Widerrufsrechtes mehr darstellen, da der Verbraucher seinen Widerruf ausdrücklich erklären muss.

Vorgabe der Abholung der Ware
Die in einer Widerrufsbelehrung enthaltene Vorgabe, dass die Rückgabe hochwertiger Uhren und Schmucks **ausschließlich durch einen kostenlosen Abholservice** möglich ist, schränkt das gesetzliche Widerrufsrecht nicht ein und ist daher zulässig (OLG Düsseldorf).

Ignorieren des Widerrufs wettbewerbswidrig
Auch das Ignorieren eines Widerrufs kann wettbewerbswidrig sein. Dies entschied das OLG Koblenz in einem Fall, in dem ein Kunde das Widerrufsrecht noch vor Erhalt der Ware ausgeübt hat, der Händler ihm diese allerdings trotzdem zusandte.

7 AGB und Infos

Rechtsquellen: §§ 305-310, §§ 312c-312j BGB, Art. 246a, 246c EGBGB §§ 433ff. (insbesondere §§ 474, 475) BGB

R190 Dies müssen Sie bei der Erfüllung der Informationspflichten im Fernabsatz und elektronischen Geschäftsverkehr und der Vereinbarung von AGB beachten:

- ☐ Erfüllung aller Informationspflichten gemäß Art. 246a EGBGB
- ☐ Erfüllung der Informationspflichten gemäß Art. 246c EGBGB
- ☐ AGB sind durch einen Link von jeder Seite aus erreichbar
- ☐ Bestätigung der Kenntnisnahme der AGB auf der Bestellseite mittels Checkbox (empfohlen)
- ☐ Zusendung der AGB auf dauerhaften Datenträger spätestens bei Lieferung der Ware

7.1 Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce

R191 Im Gegensatz zu AGB sind bestimmte **Pflichtinformationen** ein zwingender Bestandteil jeder Website. Zusätzlich zu den Informationen im Verlauf der Bestellung sollten Pflichtinformationen zentral auf **allgemeinen Informationsseiten** zusammengefasst werden.

7.1.1 Zeitpunkt der Informationserteilung

R192 Nicht alle Informationspflichten müssen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung gestellt werden. So müssen die Pflichtangaben des Impressums **„ständig verfügbar“** sein, die durch § 1 Abs. 2 PAngV geforderten Preisangaben **vor Einleitung des Bestellvorganges** (dies geschieht regelmäßig dadurch, dass das Produkt in den Warenkorb gelegt wird) und Informationen zu **Lieferbeschränkungen** und **Zahlungsmitteln bei Beginn des Bestellvorgangs**. Die Ausnahme des § 7 Abs. 3 UWG zur E-Mail-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung sieht eine Hinweispflicht zur Widerspruchsmöglichkeit **„bei Erhebung der Adresse“** vor. Die in Art. 246c EGBGB vorgesehenen (vorvertraglichen) Informationen im elektronischen Geschäftsverkehr über die Bereitstellung von Korrekturhilfen und die Speicherung des Vertragstextes hat der Unternehmer **rechtzeitig vor Abgabe der Bestellung** des Kunden mitzuteilen. Werden keine Korrekturhilfen zur Verfügung gestellt, kann der Unternehmer aus einem etwa erfolgten Eingabefehler keine Rechte herleiten. § 312d Abs. 1 BGB, der auf Art. 246a EGBGB (fernabsatzrechtliche Informationspflichten) verweist, sieht hingegen eine Information **vor Abgabe der Vertragserklärung** des Verbrauchers vor. Die Informationen gemäß § 312j BGB (sog. **Button-Lösung**) müssen auf der letzten Bestellseite unmittelbar vor dem Bestell-Button erteilt werden. Eine Möglichkeit der Kenntnisnahme von AGB soll hingegen spätestens bei Vertragsschluss zur Verfügung stehen, wobei hier die Abgabe der bindenden Willenserklä-

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

rung des Verbrauchers maßgeblich ist. Somit erfolgt auch hier die Information vor Abgabe der Vertragserklärung. Die übrigen Informationspflichten sowie die AGB sind spätestens **bei Lieferung** auf einem dauerhaften Datenträger mitzuteilen. Der Einfachheit halber empfiehlt es sich jedoch, diese zusammen mit der Widerrufserklärung bereits bei Vertragsschluss zuzusenden.

Zeitpunkt	Gesetz	Inhalt
ständig verfügbar	§ 5 TMG	Impressumsangaben
vor Einleitung des Bestellvorganges	§ 1 Abs. 2 PAngV	Hinweis auf MwSt. und Versandkosten
spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs	§ 312j Abs. 1 BGB	Hinweis auf bestehende Lieferbeschränkungen und akzeptierte Zahlungsmittel
bei Erhebung der Mail-Adresse	§ 7 Abs. 3 UWG	Hinweis auf Widerspruchsmöglichkeit bei E-Mail-Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung
rechtzeitig vor Abgabe der Bestellung	§ 312i BGB	Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr (Art. 246c EGBGB)
auf der Bestellseite	§ 312j BGB	Button-Lösung
vor Abgabe der Vertragserklärung	§ 312d Abs. 1 BGB; Art. 246a EGBGB	Informationspflichten des Art. 246a EGBGB
bei Vertragsschluss	§ 305 Abs. 2 BGB	AGB
spätestens bei Lieferung der Ware	§ 312f Abs. 2 BGB	Informationen gemäß Art. 246a EGBGB auf einem dauerhaften Datenträger

7.1.2 Inhalt der Informationspflichten im Fernabsatz und E-Commerce

R193 Enthalten sein müssen die Informationen nach den Vorschriften über Verträge im **Fernabsatz** (gelten für private Endkunden), nämlich Angaben zu **Identität** und **Anschrift** des Verkäufers, wesentliche **Merkmale der Ware**, Mindestlaufzeiten **(hier nicht behandelt)**, **Liefervorbehalte**, **Angebotsbefristungen**, **Preise**, **Versandkosten**, **sonstige Kosten**, **Zahlung**, **Lieferung**, **Widerrufsrecht** für Verbraucher, Kündigungsfristen **(hier nicht behandelt)** sowie **Gewährleistung, Garantien, Verhaltenskodizes, Stellung einer Kaution, Funktionsweise digitaler Inhalte** und **Kundendienst**. Diese Kundeninformationen muss der Kunde **zusätzlich** noch einmal auf einem dauerhaften Datenträger (z. B. per E-Mail oder als Ausdruck mit der Lieferung) erhalten.

R194 Die meisten Pflichtinformationen im **Fernabsatz** haben Sie in den **vorstehenden Kapiteln** schon kennen gelernt. Auch wurde beschrieben, wo die Informationen auftauchen können. Zusätzlich müssen auch die Informationspflichten für Verträge im **elektronischen Geschäftsverkehr** (gelten auch für gewerbliche Kunden) erfüllt werden. Zur Erfüllung der Informationspflicht über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen, finden Sie Erläuterungen und Muster in Kapitel 5.5.

7.1.3 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes

R195 Im Online-Handel besteht der **Vertragstext** aus den konkreten **Bestelldaten** (Verkäufer, Käufer, Produkt, Preis etc.), den **AGB sowie den Informationen gemäß Art. 246a EGBGB**.

R196 Die Bestelldaten werden meist als **E-Mail** an den Kunden verschickt und vom Händler ebenfalls zumindest als (gesendete) E-Mail gespeichert. Manche Shopsysteme speichern die konkreten Bestelldaten aber auch zusätzlich im LogIn-Bereich ab, wenn sich die Kunden registriert haben. Händler sind **nicht verpflichtet**, den **Vertragstext** nach Vertragsschluss **zu speichern**, aber der Kunde muss darüber **informiert werden, ob gespeichert** wird. Eine Speicherung des Vertragstextes liegt bereits dann vor, wenn der Händler die unverzüglich nach Vertragsschluss gesendete Bestellbestätigungs-Mail speichert. Wird der Verbraucher nicht über die Vertragstextspeicherung informiert, kann dies abgemahnt werden (OLG Hamm).

R197 Wenn der Vertragstext **gespeichert** wird, können Sie diesen für den Kunden **zugänglich machen oder nicht**. Ein bloßer Hinweis auf die Abrufbarkeit der **AGB** über die Website ist nicht ausreichend, weil sich diese ändern können und dann nicht mehr die AGB sind, die in den Vertrag mit einem früheren Verbraucher einbezogen waren. Händler sind **nicht verpflichtet**, dem Kunden den **Vertragstext** nach Vertragsschluss **zugänglich zu machen**, aber sie müssen die Kunden darüber **informieren, ob** die Daten für ihn auch nach der Bestellung **zugänglich** sind. Eine von Ihnen bloß lokal gespeicherte E-Mail mit Bestelldaten ist für den Kunden nicht zugänglich.

R198 Ist in Ihrem Online-Shop keine **Registrierung** möglich oder werden die Daten einer Bestellung nicht im **LogIn-Bereich** für den Kunden einsehbar gespeichert, ist der Vertragstext für den Kunden nach der Bestellung auch nicht mehr zugänglich. Falls aber die Bestelldaten von Ihren Kunden auch nach Vertragsschluss im LogIn-Bereich eingesehen werden können, müssen Sie den Kunden hierüber entsprechend informieren.

M48 Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes

Der Vertragstext wird von uns nicht gespeichert.

ODER

Wir speichern den Vertragstext und senden Ihnen die Bestelldaten und unsere AGB per E-Mail zu. Die bei Ihrer Bestellung geltende AGB-Version können Sie jederzeit auch hier <Link auf AGB-Archiv> einsehen. Ihre vergangenen Bestellungen können Sie in unserem Kunden LogIn-Bereich einsehen.

ODER

Wir speichern den Vertragstext und senden Ihnen die Bestelldaten und unsere AGB per E-Mail zu. Die bei Ihrer Bestellung geltende AGB-Version können Sie jederzeit auch hier <Link auf AGB-Archiv> einsehen. Ihre Bestelldaten sind aus Sicherheitsgründen nicht mehr über das Internet zugänglich.

7.2 Gesetzliche Informationen ohne AGB

R199 Das nachfolgende Muster können Sie so nur verwenden, wenn Sie **keine zusätzlichen AGB** vereinbaren. Die Informationen sollten von jeder Seite aus unter der Bezeichnung „**Kundeninformationen**“, „**Gesetzliche Informationen**“, „**Verbraucherinformationen**“ oder auch „**Info-Center**“ verlinkt sein.

> **Keine Widersprüche zwischen Informationen, AGB und E-Mail-Bestätigung**
>
> Die Angaben auf der **Kundeninformationsseite** dürfen **nicht im Widerspruch** zu den Angaben in eventuellen **AGB** oder einer **Bestätigungs-E-Mail** stehen. Unklarheiten und Widersprüche gehen meist zu Ihren Lasten.

R200 Am Anfang der Informationsseite sollte ein **Inhaltsverzeichnis** stehen, wobei die Überschriften mittels Hyperlinks und Textmarken (Anker) verbunden werden können. Das **Widerrufsrecht** sollte **ohne langes Scrollen erreichbar** sein. Sinnvoll ist auch, einzelne Abschnitte aus den Kundeninformationen mittels „sprechender Links“ und Ankerverweisen von allen Seiten aus zu verlinken, z. B. **Bestellvorgang, Versandkosten, Zahlung, Lieferung** oder **Widerrufsrecht**, wobei die Widerrufsbelehrung hervorgehoben dargestellt sein muss, wenn sie Bestandteil der AGB ist, die in Textform übermittelt werden.

> Da alle Informationen gemäß Art. 246a EGBGB auch Inhalt des Vertrages werden (§ 312d Abs. 1 BGB), haben diese auch AGB-Charakter und müssen sich an den Vorschriften zur Wirksamkeit von AGB messen lassen.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

M49 Kundeninformationen

Nachstehend erhalten Sie die gesetzlichen Informationen zu Ihren Rechten nach den Vorschriften über Verträge im Fernabsatz und im elektronischen Geschäftsverkehr.

Verkäufer
Vertragsschluss
Widerrufsrecht
Versandkosten
Lieferung
Zahlung
Bestellvorgang

Verkäufer

Der Kaufvertrag kommt zustande mit DemoShop, Inhaber: Max Muster, Demostraße 1, 12345 Demostadt. DemoShop ist ein geprüfter Online-Shop und hat sich zur Einhaltung der Trusted Shops Anforderungen verpflichtet (abrufbar unter www.trustedshops.de). [Achtung: Verwenden Sie diese Formulierung erst nach der Freischaltung Ihres Siegels!] Sie erreichen unseren Kundendienst für Fragen, Reklamationen und Beanstandungen werktags von [9:00 UHR] bis [18:00 UHR] unter der Telefonnummer [0221-12345] sowie per E-Mail unter [service @ domain.de].

Vertragsschluss

Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der auf der Bestellseite aufgelisteten Waren ab. Die Auftragsbestätigung erhalten Sie per E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung. Damit ist der Kaufvertrag geschlossen.

Widerrufsrecht

Verbraucher haben ein vierzehntägiges Widerrufsrecht.

Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Fernabsatzverträgen

- zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind,
- zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
- zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung von Waren, wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,
- zur Lieferung von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen.
- zur Lieferung alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat (NICHTZUTREFFENDES STREICHEN)

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

Versandkosten

Die auf den Produktseiten genannten Preise enthalten die gesetzliche Umsatzsteuer und alle sonstigen Preisbestandteile. Wir liefern versandkostenfrei (nur nach Deutschland). Bei Zahlung per Nachnahme wird eine zusätzliche Gebühr in Höhe von 2,– EUR fällig, die der Zusteller vor Ort erhebt. Weitere Zusatzkosten, die nicht über uns abgeführt oder in Rechnung gestellt werden (z. B. Zölle) fallen nicht an.

Lieferung

Die Lieferung erfolgt nur innerhalb Deutschlands mit DHL. Alle angebotenen Artikel sind, sofern nicht in der Produktbeschreibung deutlich anders angegeben, sofort versandfertig (Lieferzeit: 1-3 Tage).

Zahlung

Sie können wahlweise per Vorkasse, Bankeinzug, Kreditkarte, Nachnahme oder Rechnung bezahlen. Bei Auswahl der Zahlungsart Vorkasse nennen wir Ihnen unsere Bankverbindung in der Auftragsbestätigung und liefern die Ware nach Zahlungseingang. Bei Zahlung per Bankeinzug oder per Kreditkarte erfolgt die Belastung Ihres Kontos zwei Tage nach Auslieferung der Ware. Nachnahmezahlungen und Rechnungen sind mit Erhalt der Ware fällig.

Bestellvorgang

Wenn Sie das gewünschte Produkt gefunden haben, können Sie dieses unverbindlich durch Anklicken des Buttons [in den Warenkorb] in den Warenkorb legen. Den Inhalt des Warenkorbs können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Warenkorb] unverbindlich ansehen. Die Produkte können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Löschen] wieder aus dem Warenkorb entfernen. Wenn Sie die Produkte im Warenkorb kaufen wollen, klicken Sie den Button [zur Kasse]. Bitte geben Sie dann Ihre Daten ein. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Eine Registrierung ist nicht erforderlich. Ihre Daten werden verschlüsselt übertragen. Nach Eingabe Ihrer Daten und Auswahl der Zahlungsart gelangen Sie über den Button [Eingaben prüfen] zur Bestellseite, auf der Sie Ihre Eingaben nochmals überprüfen können. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] schließen Sie den Bestellvorgang ab. Der Vorgang lässt sich jederzeit durch Schließen des Browser-Fensters abbrechen.

Wir speichern den Vertragstext und senden Ihnen die Bestelldaten und unsere AGB per E-Mail zu. Die AGB können Sie jederzeit auch hier <Link auf AGB> einsehen. Ihre Bestelldaten sind aus Sicherheitsgründen nicht mehr über das Internet zugänglich.

7.3 Einfache AGB mit Kundeninformationen

R201 Impressum, Datenschutzerklärung und Kundeninformationen sind Pflichtbestandteile eines Online-Shops. **AGB müssen nicht verwendet werden**. Meist soll in Allgemeinen Geschäftsbedingungen **zu Ungunsten des Endkunden** von den ansonsten geltenden Gesetzen abgewichen werden. Dies macht im Handel mit gewerblichen Kunden oder bei nicht gesetzlich typisierten Dienstleistungen durchaus Sinn, im Handel mit Endverbrauchern ist es jedoch **nur sehr eingeschränkt möglich**, von den zwingenden gesetzlichen Bestimmungen abzuweichen (**Verbraucherschutzrecht ist zwingend**).

> **AGB müssen nicht verwendet werden**
>
> Weit verbreitet aber unzutreffend ist die Annahme, dass man Allgemeine Geschäftsbedingungen verwenden muss. Denn **wenn keine Vereinbarungen getroffen werden, gilt das Gesetz** (z. B. das Bürgerliche Gesetzbuch). Allgemeine Geschäftsbedingungen unterliegen zudem einer strengen Inhaltskontrolle nach dem BGB (§§ 307-309 BGB). So sind zu starke **Abweichungen** von dem **gesetzlichen Grundgedanken** ohnehin **unwirksam**.

R202 Es ist **nicht ratsam**, Muster-AGB oder **Musterklauseln ohne Anpassung** an die konkreten Umstände zu verwenden. Der Handel mit **Lebensmitteln** oder **FSK-18**-Produkten läuft anders ab als der Handel mit **Elektrogeräten** oder **Möbeln**. Zudem spielt das konkrete Geschäftsmodell eine große Rolle. Die behandelten AGB-Muster sind daher **nur Orientierungshilfe** für die Erstellung eigener AGB.

R203 AGB sollten **von jeder Seite aus** durch einen Link mit der Bezeichnung „**AGB**“ erreichbar sein. Auf der **Bestellseite müssen sie verlinkt.** Idealerweise kann der Kunde die Kenntnisnahme der AGB mittels einer Checkbox bestätigen. Der **Hinweis auf die AGB** sowie eine **Verlinkung** auf sie über dem Bestellbutton genügt, um die **AGB in den Vertrag einzubeziehen** (BGH, AG Chemnitz)

AGB nicht zu lang, speicherbar und druckbar

AGB sollten immer **kurz und knapp** sein und nur zu den Punkten Regelungen treffen, die für Sie absolut notwendig sind. AGB müssen immer leicht **speicherbar** (z. B. PDF, HTML oder TXT, nicht nur Scrollbox, Javascript vermeiden) und **druckbar** sein (Seitenbreite beachten) und dem Kunden spätestens mit Lieferung in **Textform** (E-Mail oder Papier) zugeschickt werden.

R204 **Nicht ausreichend** ist, dass die **AGB nur nach Vertragsschluss zugeschickt** werden und vorher nicht zur Kenntnis genommen werden konnten. In diesem Fall kommt zwar ein **Vertrag** zustande, aber **ohne Geltung der AGB**. Möglich ist eine **Zusammenfassung** von **Kundeninformationen und AGB** auf einer Seite. Diese Seite kann als „**AGB und Infos**“ oder nur „**AGB**“ verlinkt werden.

AGB müssen auf dauerhaftem Datenträger zur Verfügung gestellt werden

Wenn Sie Ihre AGB dem Kunden nicht vollständig per E-Mail zuschicken, **Schicken Sie die AGB in Papierform mit der Lieferung zu**? Der alleinige Hinweis auf die AGB per Link ist nicht ausreichend, weil dem Kunden gemäß § 312f Abs. 2 BGB eine Bestätigung des Vertrages, in der der **Vertragsinhalt** wiedergegeben ist, innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens jedoch bei der **Lieferung der Ware** oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, auf einem **dauerhaften Datenträger** zur Verfügung zu stellen ist. Diese Bestätigung muss nicht nur die AGB, sondern (zusätzlich) alle Informationen aus Art. 246a EGBGB enthalten.

Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel!

Das **LG Trier** ist der Auffassung, dass die von **Trusted Shops** im Wesentlichen so vorgeschlagenen **Klauseln** "Senden Sie die Ware bitte, wenn möglich, nicht unfrei, sondern als versichertes Paket an uns zurück und bewahren Sie den Einlieferbeleg auf." und "Senden Sie die Ware bitte möglichst in Originalverpackung und mit allen Verpackungsbestandteilen an uns zurück und verwenden Sie ggf. eine schützende Umverpackung." im Rahmen der Widerrufsbelehrung **wettbewerbswidrig** nach §§ 3, 4 Nr. 11 UWG seien, weil sie bei kundenfeindlichster Auslegung als zwingend einzuhaltende vertragliche Pflichten anzusehen sind. **Wir sehen das anders, wer ganz sicher gehen will, sollte aber auf die Klausel 4.3 verzichten.**

OLG Hamburg bestätigt Klausel zur Bitte um Frankierung

Die Klausel "Bitte frankieren Sie das Paket ausreichend, um Strafporto zu vermeiden. Wir erstatten Ihnen den Portobetrag dann umgehend zurück." täuscht den Verbraucher nicht darüber, wer die Kosten für die Rücksendung der Ware zu tragen hat (OLG Hamburg).

M50 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen

Allgemeine Geschäftsbedingungen (mit gesetzlichen Informationen)

1. Geltungsbereich
2. Vertragspartner
3. Angebot und Schritte zum Vertragsschluss
4. Widerrufsrecht
5. Preise und Versandkosten
6. Lieferung
7. Zahlung
8. Eigentumsvorbehalt

Weitere Informationen

Bestellvorgang
Vertragstext

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

Allgemeine Geschäftsbedingungen

(Die nachstehenden AGB enthalten zugleich gesetzliche Informationen zu Ihren Rechten nach den Vorschriften über Verträge im Fernabsatz und im elektronischen Geschäftsverkehr.)

1. Geltungsbereich

Für alle Lieferungen von DemoShop e.K. (nachfolgend: DemoShop) an Verbraucher (§ 13 BGB) gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB).

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zwecke abschließt, der überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann.

2. Vertragspartner

Der Kaufvertrag kommt zustande mit der: DemoShop e.K., Inhaber: Max Muster Demostraße 1, 12345 Demostadt, Handelsregister: Amtsgericht Demostadt HRA 12345. Sie erreichen unseren Kundendienst für Fragen, Reklamationen und Beanstandungen werktags von [9:00 UHR] bis [18:00 UHR] unter der Telefonnummer [0221-12345] sowie per E-Mail unter [name @ domain.de].

DemoShop ist ein geprüfter Online-Shop und hat sich zur Einhaltung der Trusted Shops Anforderungen verpflichtet (abrufbar unter www.trustedshops.de). [Achtung: Verwenden Sie diese Formulierung erst nach der Freischaltung Ihres Siegels!]

3. Angebot und Schritte zum Vertragsschluss

3.1 Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern eine Aufforderung zur Bestellung dar. Irrtümer vorbehalten.

3.2 Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] geben Sie eine verbindliche Bestellung der auf der Bestellseite aufgelisteten Waren ab. Der Kaufvertrag kommt zustande, [wenn wir Ihre Bestellung durch eine Auftragsbestätigung per E-Mail unmittelbar nach dem Erhalt Ihrer Bestellung annehmen].

4. Widerrufsrecht

4.1 Verbraucher haben ein vierzehntägiges Widerrufsrecht.

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

4.2 Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Lieferung von Waren,

- die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind, zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
- die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,
- sowie auch nicht bei der Lieferung von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat.

4.3 Bitte vermeiden Sie Beschädigungen und Verunreinigungen. Senden Sie die Ware bitte möglichst in Originalverpackung mit sämtlichem Zubehör und mit allen Verpackungsbestandteilen an uns zurück. Verwenden Sie ggf. eine schützende Umverpackung. Wenn Sie die Originalverpackung nicht mehr besitzen, sorgen Sie bitte mit einer geeigneten Verpackung für einen ausreichenden Schutz vor Transportschäden, um Schadensersatzansprüche wegen Beschädigungen infolge mangelhafter Verpackung zu vermeiden.

4.4 Bitte beachten Sie, dass die in Absatz 4.3 genannten Modalitäten nicht Voraussetzung für die wirksame Ausübung des Widerrufsrechts sind.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

5. Preise und Versandkosten

5.1 Die auf den Produktseiten genannten Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer und sonstige Preisbestandteile.

5.2 Zusätzlich zu den angegebenen Preisen berechnen wir für die Lieferung innerhalb Deutschlands pauschal 6,90 EUR pro Bestellung. Die Versandkosten werden Ihnen auf den Produktseiten, im Warenkorbsystem und auf der Bestellseite nochmals deutlich mitgeteilt.

5.3 Bei Zahlung per Nachnahme wird eine zusätzliche Gebühr in Höhe von 2,– EUR fällig, die der Zusteller vor Ort erhebt. Weitere Steuern oder Kosten fallen nicht an.

6. Lieferung

6.1 Die Lieferung erfolgt nur innerhalb Deutschlands mit DHL.

6.2 Die Lieferzeit beträgt bis zu 3 Tage. Auf evtl. abweichende Lieferzeiten weisen wir auf der jeweiligen Produktseite hin.

7. Zahlung

7.1 Die Zahlung erfolgt wahlweise per Vorkasse oder Nachnahme.

7.2 Bei Auswahl der Zahlungsart Vorkasse nennen wir Ihnen unsere Bankverbindung in der Auftragsbestätigung und liefern die Ware nach Zahlungseingang.

8. Eigentumsvorbehalt

Bis zur vollständigen Zahlung bleibt die Ware unser Eigentum.

Weitere Informationen

Bestellvorgang

Wenn Sie das gewünschte Produkt gefunden haben, können Sie dieses unverbindlich durch Anklicken des Buttons [in den Warenkorb] in den Warenkorb legen. Den Inhalt des Warenkorbs können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Warenkorb] unverbindlich ansehen. Die Produkte können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Löschen] wieder aus dem Warenkorb entfernen. Wenn Sie die Produkte im Warenkorb kaufen wollen, klicken Sie den Button [zur Kasse]. Bitte geben Sie dann Ihre Daten ein. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Eine Registrierung ist nicht erforderlich. Ihre Daten werden verschlüsselt übertragen. Nach Eingabe Ihrer Daten und Auswahl der Zahlungsart gelangen Sie über den Button [Eingaben prüfen] zur Bestellseite, auf der Sie Ihre Eingaben nochmals überprüfen können. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] schließen Sie den Bestellvorgang ab. Der Vorgang lässt sich jederzeit durch Schließen des Browser-Fensters abbrechen.

Vertragstext

Der Vertragstext wird auf unseren internen Systemen gespeichert. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen können Sie jederzeit auf dieser Seite einsehen. Die Bestelldaten und die AGB werden Ihnen per E-Mail zugesendet. Nach Abschluss der Bestellung sind Ihre Bestelldaten aus Sicherheitsgründen nicht mehr über das Internet zugänglich.

7.4 Erweiterte AGB mit Kundeninformationen

R205 AGB sollten **von jeder Seite aus** durch einen Link mit der Bezeichnung „**AGB**“ erreichbar sein. AGB sollten **auf der Bestellseite verlinkt** und idealerweise die Kenntnisnahme mittels einer Checkbox bestätigt werden. Möglich ist eine **Zusammenfassung** von **Kundeninformationen und AGB** auf einer Seite. Diese Seite kann als „**AGB und Infos**“ oder nur „**AGB**“ verlinkt werden.

R206 Am Anfang der AGBs sollte ein **Inhaltsverzeichnis** stehen, wobei die Überschriften mittels Hyperlinks und Textmarken (Anker) verbunden werden können. Sinnvoll ist auch, einzelne Abschnitte aus den Kundeninformationen mittels „sprechender Links“ und Ankerverweisen von allen Seiten aus zu verlinken, z. B. **Versandkosten, Zahlung, Lieferung** oder **Widerrufsrecht.**

Beratung durch einen Rechtsanwalt empfohlen

Das nachstehende Muster sollten Sie nur nach sorgfältiger Prüfung und **Anpassung auf Ihr konkretes Geschäftsmodell** verwenden. Die Klauseln können in bestimmten Konstellationen unzulässig sein. Lassen Sie sich im Zweifel **rechtlich beraten**.

Achtung: Abmahnungen wegen Trusted Shops Originalverpackungsklausel!

Das **LG Trier** ist der Auffassung, dass die von **Trusted Shops** im Wesentlichen so vorgeschlagenen **Klauseln** "Senden Sie die Ware bitte, wenn möglich, nicht unfrei, sondern als versichertes Paket an uns zurück und bewahren Sie den Einlieferbeleg auf." und "Senden Sie die Ware bitte möglichst in Originalverpackung und mit allen Verpackungsbestandteilen an uns zurück und verwenden Sie ggf. eine schützende Umverpackung." im Rahmen der Widerrufsbelehrung **wettbewerbswidrig** nach §§ 3, 4 Nr. 11 UWG seien, weil sie bei kundenfeindlichster Auslegung als zwingend einzuhaltende vertragliche Pflichten anzusehen sind. **Wir sehen das anders, wer ganz sicher gehen will, sollte aber in § 8.3 auf die zwei Sätze im letzten Teil der Klausel zur Originalverpackung (ab „Senden Sie die Ware bitte möglichst in Originalverpackung…“ bis „…infolge mangelhafter Verpackung zu vermeiden.“) verzichten.**

M51 Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Kundeninformationen

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 1 Geltungsbereich und Anbieter
§ 2 Vertragsschluss
§ 3 Preise
§ 4 Versandkosten
§ 5 Lieferbedingungen
§ 6 Zahlungsbedingungen
§ 7 Eigentumsvorbehalt
§ 8 Widerrufsbelehrung
§ 9 Transportschäden
§ 10 Gewährleistung
§ 11 Schlussbestimmungen

Häufige Fragen

Wie funktioniert das Warenkorbsystem?
Muss ich mich registrieren?
Wann wird meine Bestellung verbindlich?
Wird der Vertragstext gespeichert?
Wie erhalte ich die Trusted Shops Garantie?

Allgemeine Geschäftsbedingungen (mit gesetzlichen Informationen)

§ 1 Geltungsbereich und Anbieter

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Bestellungen, die Verbraucher (§ 13 BGB) über den Online-Shop der

DemoShop GmbH, Demostraße 1, 12345 Demostadt
Geschäftsführer: Max Muster, Amtsgericht Demostadt HRB 12345
(nachfolgend „DemoShop“) abgeben.

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zwecke abschließt, der weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann.

DemoShop ist ein geprüfter Online-Shop und hat sich dem Trusted Shops Verhaltenskodex unterworfen (abrufbar unter www.trustedshops.de). [Achtung: Verwenden Sie diese Formulierung erst nach der Freischaltung Ihres Siegels!]

§ 2 Vertragsschluss

§ 2.1 Die Produktdarstellungen im Online-Shop dienen zur Abgabe eines Kaufangebotes. Mit Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] geben Sie ein verbindliches Kaufangebot ab. Der Verkauf unserer Produkte erfolgt nur für den privaten Gebrauch.

§ 2.2 Wir können Ihre Bestellung durch Versand einer separaten Auftragsbestätigung per E-Mail oder durch Auslieferung der Ware innerhalb von zwei Tagen annehmen. Die Bestätigung des Zugangs der Bestellung erfolgt durch automatisierte E-Mail unmittelbar nach dem Absenden der Bestellung und stellt noch keine Vertragsannahme dar.

§ 3 Preise

Die auf den Produktseiten genannten Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer und sonstige Preisbestandteile und verstehen sich zzgl. Versandkosten.

§ 4 Versandkosten

§ 4.1 Für die Lieferung innerhalb Deutschlands berechnen wir pauschal 5,– EUR pro Bestellung. Ab einem Bestellwert von 150,– EUR liefern wir innerhalb Deutschlands versandkostenfrei.

§ 4.2 Bei Zahlung per Nachnahme wird eine zusätzliche Gebühr in Höhe von 2,– EUR fällig, die der Zusteller vor Ort erhebt. Weitere Steuern oder Kosten fallen nicht an.

§ 5 Lieferbedingungen und Selbstbelieferungsvorbehalt

§ 5.1 Die Lieferung erfolgt nur innerhalb Deutschlands mit DHL.

§ 5.2 Die Lieferzeit beträgt, sofern nicht beim Angebot anders angegeben, 3-5 Tage.

§ 5.3 Sollte die Zustellung der Ware durch Ihr Verschulden trotz dreimaligem Auslieferversuchs scheitern, können wir vom Vertrag zurücktreten. Ggf. geleistete Zahlungen werden Ihnen unverzüglich erstattet.

§ 5.4 Wenn das bestellte Produkt nicht verfügbar ist, weil wir mit diesem Produkt von unseren Lieferanten ohne eigenes Verschulden nicht beliefert werden, können wir vom Vertrag zurücktreten. In diesem Fall werden wir Sie unverzüglich informieren und Ihnen ggf. die Lieferung eines vergleichbaren Produktes vorschlagen. Wenn kein vergleichbares Produkt verfügbar ist oder Sie keine Lieferung eines vergleichbaren Produktes wünschen, werden wir Ihnen ggf. bereits erbrachte Gegenleistungen unverzüglich erstatten.

§ 6 Zahlungsbedingungen

§ 6.1 Die Zahlung erfolgt wahlweise per Vorkasse, Nachnahme, Kreditkarte oder Lastschrift.

§ 6.2 Bei Auswahl der Zahlungsart Vorkasse nennen wir Ihnen unsere Bankverbindung in der Auftragsbestätigung. Der Rechnungsbetrag ist binnen 10 Tagen auf unser Konto zu überweisen. Bei Zahlung per Kreditkarte erfolgt die Belastung Ihres Kontos mit Versand der Ware.

§ 6.3 Kommen Sie in Zahlungsverzug, so ist der Kaufpreis während des Verzuges in Höhe von 5%-Punkte über dem Basiszinssatz zu verzinsen. Wir behalten uns vor, einen höheren Verzugsschaden nachzuweisen und geltend zu machen.

§ 6.4 Bei Zahlung per Lastschrift haben Sie ggf. jene Kosten zu tragen, die infolge einer Rückbuchung einer Zahlungstransaktion mangels Kontodeckung oder aufgrund von Ihnen falsch übermittelter Daten der Bankverbindung entstehen.

§ 7 Eigentumsvorbehalt

Die Ware bleibt bis zur vollständigen Zahlung unser Eigentum. Vor Übergang des Eigentums ist eine Verpfändung, Sicherungsübereignung, Verarbeitung oder Umgestaltung ohne unsere Zustimmung nicht gestattet.

§ 8 Widerrufsrecht

§ 8.1 Verbraucher haben ein vierzehntägiges Widerrufsrecht.

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

---

§ 8.2 Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Lieferung von Waren,

- die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind, zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
- die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,
- sowie auch nicht bei der Lieferung von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- zur Lieferung alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat.

§ 8.3 Bitte vermeiden Sie Beschädigungen und Verunreinigungen. Senden Sie die Ware bitte möglichst in Originalverpackung mit sämtlichem Zubehör und mit allen Verpackungsbestandteilen an uns zurück. Verwenden Sie ggf. eine schützende Umverpackung. Wenn Sie die Originalverpackung nicht mehr besitzen, sorgen Sie bitte mit einer geeigneten Verpackung für einen ausreichenden Schutz vor Transportschäden, um Schadensersatzansprüche wegen Beschädigungen infolge mangelhafter Verpackung zu vermeiden.

§ 8.4 Bitte beachten Sie, dass die in Paragraf 8.3 genannten Modalitäten nicht Voraussetzung für die wirksame Ausübung des Widerrufsrechts sind.

§ 9 Transportschäden

§ 9.1 Werden Waren mit offensichtlichen Transportschäden angeliefert, so reklamieren Sie solche Fehler bitte sofort bei dem Zusteller, und nehmen Sie bitte schnellstmöglich Kontakt zu uns auf (kostenlos unter [0800-12345]).

§ 9.2 Die Versäumung einer Reklamation oder Kontaktaufnahme hat für Ihre gesetzlichen Gewährleistungsrechte keinerlei Konsequenzen. Sie helfen uns aber, unsere eigenen Ansprüche gegenüber dem Frachtführer bzw. der Transportversicherung geltend machen zu können.

§ 10 Gewährleistung

Für die in unserem Shop angebotenen Artikel bestehen die gesetzlichen Gewährleistungsrechte.

§ 11 Schlussbestimmungen

Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam. Anstelle der unwirksamen Bestimmung gelten die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften.

Häufige Fragen

Wie funktioniert das Warenkorbsystem?

Produkte können Sie unverbindlich durch Anklicken des Buttons [in den Warenkorb] vormerken. Ihren Warenkorb können Sie jederzeit durch Anklicken des Buttons [Warenkorb]

ansehen und Produkte ggf. durch Anklicken des Buttons [Löschen] wieder aus dem Warenkorb entfernen. Wenn Sie die Produkte im Warenkorb kaufen wollen, klicken Sie den Button [zur Kasse].

Muss ich mich registrieren?

Nach Auswahl der Produkte werden Sie gebeten, Ihre Daten einzugeben. Die Pflichtangaben sind mit einem * gekennzeichnet. Sie können optional ein Kundenkonto eröffnen und bei künftigen Bestellungen nach Eingabe von Benutzernamen und Passwort bestellen, ohne Ihre Adressdaten noch einmal eingeben zu müssen.

Wann wird meine Bestellung verbindlich?

Auf der Bestellseite können Sie Ihre Eingaben nochmals überprüfen. Durch Anklicken des Buttons [Kaufen / kostenpflichtig bestellen] schließen Sie den Bestellvorgang ab. Der Vorgang lässt sich jederzeit durch Schließen des Browser-Fensters abbrechen. Auf den einzelnen Seiten erhalten Sie weitere Informationen, z. B. zu Korrekturmöglichkeiten.

Wird der Vertragstext gespeichert?

Wir speichern den Vertragstext. Die Bestelldaten und die AGB werden Ihnen per E-Mail zugesendet. Ihre vergangenen Bestellungen können Sie bei Aktivierung der Option XY auch in unserem Kunden LogIn-Bereich einsehen. Die AGB können Sie hier <Link auf speicherbare AGB-Seite> einsehen, ausdrucken und speichern.

Wie erhalte ich die Trusted Shops Garantie?

Als Trusted Shops Mitglied bieten wir Ihnen als zusätzlichen Service die Trusted Shops Garantie an. Sie müssen sich lediglich im Verlauf der Bestellung registrieren. Diese Geld-zurück-Garantie greift bei Nicht-Lieferung, Nicht-Erstattung nach Rückgabe und Kreditkartenmissbrauch. Einzelheiten finden Sie unter www.trustedshops.de. [Achtung: Verwenden Sie diese Formulierung erst nach der Freischaltung Ihres Siegels!]

8 E-Mail-Bestätigung

Rechtsquellen: §§ 312f Abs. 2, § 312i Abs. 1 Nr. 3 BGB, Art. 246c EGBGB

R207 Hierauf sollten Sie bei der Versendung der Bestellbestätigung achten:

- ☐ Unverzügliche Bestätigung des Zugangs der Bestellung (Zugangsbestätigung)
- ☐ Differenzierung zwischen Zugangsbestätigung und Auftragsbestätigung
- ☐ Kein versehentlicher Vertragsschluss in der Zugangsbestätigung
- ☐ Widerrufsbelehrung ist enthalten
- ☐ Angaben zu Lieferzeiten sind in der Auftragsbestätigung enthalten
- ☐ AGB sind in der Auftragsbestätigung enthalten
- ☐ Informationen werden zusätzlich mit der Lieferung zugesendet (empfohlen)

R208 In der E-Mail-Bestätigung können Sie nur den **Zugang der Bestellung des Kunden bestätigen** oder die **Bestellung des Kunden annehmen**. Dem Verbraucher muss eine Bestätigung des Vertrages, welche den Vertragsinhalt und alle fernabsatzrechtlichen Informationspflichten enthält, auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt werden.

8.1 Zugangsbestätigung

R209 Gemäß § 312i Abs. 1 Nr. 3 BGB ist dem Verbraucher der Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen. Möglich ist diese Bestätigung am Bildschirm oder in einer E-Mail. In dieser Mail muss der Vertrag noch nicht angenommen werden (siehe zum Vertragsschluss R172).

M52 Zugangsbestätigung (keine Auftragsbestätigung)

Sehr geehrter Kunde,

Vielen Dank für Ihre Bestellung Nr. <Bestellnummer>, deren Eingang wir hiermit bestätigen:

2 x **Maßband, 2 Meter x 1,5 cm**

	9,80 EUR
Versandkosten:	6,90 EUR
Gesamtpreis:	16,70 EUR

Rechnungsanschrift: Kurt Kunde, Musterstraße 1, 12345 Musterstadt
Zahlungsart: Bankeinzug (Kontonummer: ***45, Bankleitzahl: ***90)

Diese E-Mail wird automatisch versendet und stellt noch keine Annahme des Kaufangebotes dar. Der Kaufvertrag kommt mit unserer separaten Auftragsbestätigung per E-Mail zustande. Die Belastung Ihres Kontos erfolgt erst bei Auslieferung der Bestellung. Lieferzeit: 3-5 Tage.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr DemoShop

Inhaber: Max Muster, Demostraße 1, 12345 Demostadt
Fax: 0221 – 12345, E-Mail: storno @ domain.de

OPTIONAL

Verbraucher haben ein vierzehntägiges Widerrufsrecht. Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind.

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

8.2 Auftragsbestätigung mit Widerrufsbelehrung

R210 Von der reinen Bestellbestätigungs-Mail ist die Annahmeerklärung per E-Mail („**Auftragsbestätigung**“) zu unterscheiden. Denn mit dieser Mail ist der Vertrag geschlossen. Diese E-Mail kann auch als **Rechnung** formuliert werden. Zu empfehlen ist die Aufnahme der Widerrufsbelehrung, damit der Kunde diese auf einem **dauerhaften Datenträger** erhält. Es ist **nicht ausreichend**, dass der Verbraucher die Widerrufsbelehrung auf der Website des Unternehmers abrufen kann, bspw. mittels **Link in der Auftragsbestätigung** (BGH).

> **Definition „dauerhafter Datenträger“**
>
> Nach § 126b S. 2 BGB ist ein dauerhafter Datenträger jedes Medium, das
>
> 1. es dem Empfänger ermöglicht, eine auf dem Datenträger befindliche, an ihn persönlich gerichtete Erklärung so aufzubewahren oder zu speichern, dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und
> 2. geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben.

R211 **Zusätzlich** sollten die Widerrufsbelehrung, Kundeninformationen und ggf. AGB in jedem Fall auch noch einmal **mit der Lieferung in Papierform** (z. B. Rückseite der Rechnung) zugeschickt werden.

M53 Auftragsbestätigung

DemoShop e.K.
Demostraße 1
12345 Demostadt
Inhaber: Max Muster
Amtsgericht Demostadt HRA 12345

AUFTRAGSBESTÄTIGUNG

Bestellnummer: <Nr.>

2 x **Maßband, 2 Meter x 1,5 cm**

	9,80 EUR
Versandkosten:	6,90 EUR
Gesamtpreis:	**16,70 EUR**

Rechnungsanschrift: Kurt Kunde, Musterstraße 1, 12345 Musterstadt
Zahlungsart: Vorkasse

Lieferzeit: 3-5 Tage nach Zahlungseingang

Bitte überweisen Sie den Rechnungsbetrag binnen 10 Tagen auf unser Konto:

KTO 12345, BLZ 67890 (Sparkasse Demostadt)

Wir danken Ihnen für Ihre Bestellung. Mit dieser E-Mail ist der Kaufvertrag geschlossen.

Es gelten unsere AGB <Link auf AGB>, die Sie mit der Lieferung in Textform erhalten.

Ihr DemoShop e.K.

Verbraucher haben ein vierzehntägiges Widerrufsrecht. Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind.

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ([Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefax-nummer und E-Mail-Adresse ein]) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an … uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

8.3 Auftragsbestätigung mit AGB

R212 Möglich ist auch, die **AGB** einschließlich der **Widerrufsbelehrung** und den **Pflichtinformationen** im Fernabsatz der Auftragsbestätigung als **Anlage** anzufügen.

M54 Auftragsbestätigung

Sehr geehrter Kunde,
Vielen Dank für Ihre Bestellung Nr. <Bestellnummer>. Wir werden Ihren Auftrag umgehend bearbeiten. Folgende Waren haben Sie bestellt:

2 x **Maßband, 2 Meter x 1,5 cm**

	9,80 EUR
Versandkosten:	6,90 EUR
Gesamtpreis:	16,70 EUR

Lieferzeit: 3-5 Tage

Rechnungsanschrift: Kurt Kunde, Musterstraße 1, 12345 Musterstadt
Zahlungsart: Kreditkarte (Visa Card ***45, gültig bis: xxxxxx, Prüfnummer: xxx)

Die Belastung Ihres Kreditkartenkontos erfolgt mit Lieferung der Ware. Es gelten unsere AGB, die Sie im Anhang dieser Mail als pdf Datei finden. Außerdem finden Sie die Widerrufsbelehrung sowie das Widerrufsformular im Anhang.

Mit freundlichen Grüßen
Ihre DemoShop GmbH

DemoShop GmbH, Demostraße 1, 12345 Demostadt, Geschäftsführer: Max Muster, Amtsgericht Demostadt HRB 12345, Service-Hotline: Mo bis So 8 – 22 Uhr, Telefon 01805 - 12345 (0,14 Euro/min aus dem deutschen Festnetz. Mobilfunkhöchstpreis: 0,42 EUR/min), E-Mail [service @ domain.de].

8.3.1 Angaben auf Geschäftsbriefen

R213 Auf allen Geschäftsbriefen eines Kaufmanns (hierzu zählen auch die Bestell- bzw. Auftragsbestätigung), die an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind, sind nach § 37a Abs. 1 HGB bestimmte Angaben abzudrucken. Hierzu zählen:

- Die Firma einschließlich Rechtsformzusatz (z. B. e.K. für Einzelkaufmann)
- Der Ort bzw. Sitz der Handelsniederlassung
- Die Angabe des Registergerichts und der Handelsregisternummer

R214 Diese Vorschriften für Angaben auf Geschäftsbriefen gelten für alle Kaufmänner, also auch alle Handelsgesellschaften. Eine **GmbH** hat jedoch zusätzlich zu den in § 37a HGB genannten Angaben auch alle Geschäftsführer und, sofern die Gesellschaft einen Aufsichtsrat gebildet und dieser einen Vorsitzenden hat, den Vorsitzenden des Aufsichtsrats mit dem Familiennamen und mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen anzugeben (§ 35a Abs. 1 GmbHG). Nach § 80 AktG hat eine **Aktiengesellschaft** ergänzend anzugeben: alle Vorstandsmitglieder und den Vorsitzenden des Aufsichtsrats mit dem Familiennamen und mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen. Der Vorsitzende des Vorstands ist als solcher zu bezeichnen und wenn Angaben über das Kapital gemacht werden, gilt § 80 Abs. 1 Satz 3 AktG.

Zu den Geschäftsbriefen zählen Telefaxschreiben, Bestellscheine und Preislisten, aber auch **E-Mails**. Shopbetreiber sollten daher darauf achten, dass ihre elektronische Post die nötigen Angaben aufweist.

VII Nach der Bestellung

R215 Nach der Bestellung ist auf folgende Punkte zu achten:

- ☐ Bei Preisirrtümern unverzüglich anfechten
- ☐ Anfechtung des Vertrags klar und deutlich als solche kennzeichnen
- ☐ Keine Abwälzung der Transportgefahr (der Hin- oder Rücksendung) auf den Kunden
- ☐ Kein unzulässiger Ausschluss des Widerrufsrechts für benutzte Ware

1 Preisirrtümer und Lieferschwierigkeiten

R216 Nach der Rechtsprechung des **BGH** gibt es unter gewissen Voraussetzungen die Möglichkeit, die Auftragsbestätigung bei **falschen Preisauszeichnungen** wegen Irrtums anzufechten. Es ist aber zu beachten, dass es sich dabei nur um **Druck- oder Schreibfehler** oder **technisch bedingte Übermittlungsfehler** handeln darf. **Kalkulationsirrtümer** sind unbeachtlich.

> **Unverzügliche Anfechtung bei Preisirrtümern**
>
> Bei einem „versehentlichen" Vertragsschluss muss die **Anfechtung unverzüglich** erfolgen, d. h. sofort nach Bemerken des Irrtums. Eine Anfechtung erst nach **drei Wochen** ist auf jeden Fall **zu spät** (LG Bonn). Lassen Sie die Anfechtung ggf. durch einen Rechtsanwalt formulieren, um sich wirklich vom Vertrag zu lösen. So muss der unbedingte Wille in der Erklärung zum Ausdruck kommen, dass man aufgrund eines Fehlers nicht mehr am Vertrag festhalten will. Weist man den Kunden dagegen nur auf den z. B. Preisirrtum hin und unterbreitet einen Vorschlag für die weitere Abwicklung des Vertrages, ist darin keine Anfechtung zu sehen (LG Berlin).

R217 Wenn Sie der **Hersteller nicht beliefern kann**, können Sie nicht ohne weiteres vom Kaufvertrag zurücktreten. Dies ist nur bei wirksamer Vereinbarung eines **Selbstbelieferungsvorbehaltes** möglich, oder wenn **Unmöglichkeit** vorliegt. Wenn möglich, müssen Sie die Ware anderweitig beschaffen. Beachten Sie aber, dass Sie sich evtl. schadenersatzpflichtig machen, wenn Sie den Vertrag nicht erfüllen können. Immer gilt:

- **Informieren Sie den Kunden** unverzüglich, wenn Sie einen Liefertermin nicht einhalten können.
- **Bieten Sie eine Stornierung der Bestellung an**, wenn eine baldige Lieferung nicht absehbar ist.
- **Fragen Sie Ihren Kunden**, ob er noch **warten** oder sein **Geld zurück** haben möchte.

2 Transportverlust und Transportschäden

R218 Sofern Waren auf dem **Transportweg verloren** gehen oder beschädigt werden, **tragen Sie im Online-Handel mit Verbrauchern das Risiko**, weil die Regelvorschrift des § 447 BGB (Gefahrübergang bei Übergabe an das Transportunternehmen) nach § 474 Abs. 4 BGB bei Bestellungen von Verbrauchern nur dann Anwendung findet, wenn der Verbraucher den Transporteur selbst beauftragt und dieser vom Unternehmer zuvor nicht benannt wurde.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

R219 Dies bedeutet, dass Sie an Ihren Kunden den Kaufpreis **auch dann erstatten** müssen, wenn der Verbleib der Ware mit dem Transportunternehmen **noch nicht geklärt** ist (möglich ist auch eine erneute Lieferung, wenn der Kunde zustimmt). Jedoch sind Sie nicht verpflichtet, die Ware noch einmal zu liefern (BGH, OLG Hamm).

R220 Wenn das Paket abgeliefert wurde, der Kunde aber behauptet, nicht er, sondern eine **unberechtigte Person** habe es angenommen, nehmen Sie bitte als erstes sofort **Kontakt zu Ihrem Versandunternehmen** auf. Ggf. sollten Sie eine **eidesstattliche Versicherung** des Kunden verlangen und darum bitten, eine sog. Niederschrift bzw. Schadensanzeige beim Versandunternehmen zu machen. Über die genaue Vorgehensweise lassen Sie sich bitte von einem Rechtsanwalt beraten.

3 Unfreie Rücksendungen und Hinsendekosten

R221 Bei Ausübung des fernabsatzrechtlichen **Widerrufsrechtes** muss der Verbraucher die Kosten der Rücksendung tragen, sofern er hierüber informiert wurde. Der Unternehmer muss dem Verbraucher allerdings die **Kosten der Hinsendung** im Falle des Widerrufs erstatten. Dies gilt allerdings nicht für zusätzliche Kosten, die entstanden sind, weil der Verbraucher sich für eine andere Art der Lieferung als die vom Unternehmer angebotene günstigste **Standardlieferung** entschieden hat.

4 Beschädigungen, fehlende Teile und Gebrauchsspuren

R222 Es kommt bei der Frage nach Wertersatz immer auf den **Einzelfall** an. Der Verbraucher darf die Funktionsweise der Ware prüfen. Im Zweifel ist aber von der Wertersatzmöglichkeit **restriktiv** Gebrauch zu machen, weil Sinn und Zweck des Prüfungsrechtes ist, die Nachteile des Kunden gegenüber einem stationären Kauf auszugleichen.

R223 Nach einem Urteil des AG Rotenburg führt eine Prüfung der Ware nicht zur Aufhebung deren **Eigenschaft als „Neu“**. So könne allein aus der Eingabe von Daten in ein Mobilfunkgerät nicht geschlossen werden, dass das Gerät in Gebrauch genommen wurde.

> **Ware darf nicht wegen Benutzung vom Widerruf ausgenommen werden**
>
> Häufig wird der **Fehler** gemacht, gebrauchte Ware ganz **von der Rückgabe auszuschließen**. Dies ist aus wirtschaftlicher Sicht verständlich, aber rechtlich unzulässig, weil der Kunde die Ware während der Widerrufsfrist benutzen darf. Es kann **nur Wertersatz für einen Wertverlust** in Abzug gebracht werden. Unzulässige Ausschlüsse können abgemahnt werden(LG Regensburg).

R224 Über die **Höhe** des Wertersatzes lassen sich nur schwer allgemeine Angaben machen, weil dies immer von dem **konkreten Produkt** und der **Art der Verschlechterung** abhängt. Wenn die Ware wegen der Benutzung nicht mehr als neu verkäuflich ist, kann laut OGH Österreich nicht ohne Weiteres die **Differenz** zwischen **Neuverkaufspreis** und **Wiederverkaufswert** beansprucht werden. Dieses Gericht kürzte den Wertersatzanspruch bei einem ca. 50 Stunden benutzten Monitor von 30 % (Differenz zum Wiederverkaufswert) auf 15 %. Die Geltendmachung der Kosten, die für die **Miete der Ware** entstanden wären, ist nicht möglich. Außer Betracht zu bleiben hat auch der **Preisverfall durch Erscheinen eines Nachfolgemodells**. Der Kunde ist nicht zur Zahlung von Wertersatz verpflichtet, wenn er einen Katalysator in seinen Wagen einbaut, damit eine **kurze Probefahrt** unternimmt und ihn danach wieder entfernt, auch wenn dieser dann Einbau-Spuren aufweist. Dieser Einbau geht nicht über eine Funktionsprüfung hinaus, da nur durch eine kurze Probefahrt die Funktionsweise des Katalysators tatsächlich getestet werden kann (AG Berlin).

R225 Auf der anderen Seite ist zu berücksichtigen, dass der Wertverlust bei Neuwaren **nicht linear** verläuft, sondern in der ersten Zeit überproportional hoch ist. Beim **PKW-Verkauf** beträgt der Wertverlust allein durch **Erstzulassung** z. B. ca. **20 %**. Maßgeblich ist immer der konkrete **Einzelfall**. In jedem Fall sollten sämtliche Beschädigungen zeitnah dokumentiert werden (Eingangskontrolle, Fotos, Zeugenaussagen etc.)

5 Gewährleistung: Rechte Ihrer Kunden

R226 Kunden können Ware auch im Rahmen der **Gewährleistung** zurückgeben. Im **Unterschied** zur Rückgabe nach **Widerruf** muss eine Rückgabe im Rahmen der Gewährleistung **begründet** sein. Die Ware muss **bei Lieferung fehlerhaft** sein bzw. nicht der bestellten entsprechen.

> **Widerruf ist auch bei mangelhafter Ware möglich**
>
> Verlangt der Kunde innerhalb der ersten **14 Tage** sein **Geld zurück**, ist im Zweifel von einem **Widerruf** auszugehen, auch wenn der Kunde dies mit Fehlern der Ware begründet. **Fragen Sie** bei unklaren Erklärungen oder bei unklarem Verhalten einfach **den Kunden**, ob er **am Kaufvertrag festhalten** oder sich **vom Kaufvertrag lösen** will.

R227 Seit 1. Januar 2002 gilt europaweit ein **neues Gewährleistungsrecht**, das die **Verbraucherrechte stark erweitert** hat. Unter anderem gilt eine **zweijährige Gewährleistungsfrist** für Neuwaren (§ 438 Abs. 1 Nr. 3 BGB), und eine **Beweislastumkehr** für den Nachweis von Mängeln während der ersten **sechs Monate** nach dem Kauf (§ 476). Eine Verkürzung dieser Fristen durch AGB ist nicht möglich. Nach dieser Regel wird vermutet, dass die Vertragswidrigkeit bereits zum Zeitpunkt der Lieferung des Gutes bestand, wenn der Verbraucher den Beweis erbringt, dass das verkaufte Gut nicht vertragsgemäß ist und dass die fragliche Vertragswidrigkeit binnen sechs Monaten nach der Lieferung des Gutes offenbar geworden ist, d. h., sich ihr Vorliegen tatsächlich herausgestellt hat. **Der Verbraucher muss weder den Grund der Vertragswidrigkeit noch den Umstand beweisen, dass deren Ursprung dem Verkäufer zuzurechnen ist.** Etwas anderes gilt nur dann, wenn der Verkäufer rechtlich hinreichend nachweist, dass der Grund oder Ursprung der Vertragswidrigkeit in einem Umstand liegt, der nach der Lieferung des Gutes eingetreten ist (EuGH).

R228 Ist die Ware fehlerhaft, müssen Sie **nach Wahl des Kunden** (nicht nach Ihrer Wahl) eine **mangelfreie Ware liefern** oder die **mangelhafte Ware reparieren**. Die vom Kunden gewählte Art der Nacherfüllung kann unter Umständen von Ihnen **verweigert** werden, wenn sie nur mit **unverhältnismäßigen Kosten** möglich ist (§ 439 Abs. 3 Satz 1 BGB). Kann keine mangelfreie Ware geliefert werden oder ist eine Reparatur nicht möglich, kann Ihr Kunde den **Kaufpreis mindern** oder die **Rückerstattung des Kaufpreises** verlangen (§ 437 Nr. 2 BGB). Zusätzlich kann der Kunde auch **Schadensersatz** verlangen. Allerdings kann der Unternehmer **keinen Wertersatz** für die Nutzung mangelhafter Ware im Falle der Ersatzlieferung verlangen (EuGH, BGH). Nutzungsersatz kann der Unternehmer jedoch verlangen, wenn der Verbraucher aufgrund der Mangelhaftigkeit eines Produktes vom Vertrag zurücktritt. (Achtung: Dies lässt sich nicht ohne weiteres auf das Widerrufsrecht übertragen!) So setzte beispielsweise das AG Steinfurt für die **Nutzung eines PCs von 15 Wochen** einen Wertersatz in Höhe von 33,61 EUR an. Es nahm dabei an, dass der PC (Kaufpreis: 699,– EUR) eine durchschnittliche Gesamtnutzungsdauer von 6 Jahren hat, dies ergäbe einen Wertersatzanspruch pro Woche i.H.v. 2,24 EUR.

R229 Hat der Verbraucher ein Produkt, z.B. eine Spülmaschine oder Fließen, **bereits eingebaut** und stellt sich dann heraus, dass dieses mangelhaft ist, ist der Händler nicht nur zur Nacherfüllung verpflichtet, sondern er muss auch **die Kosten für den Ausbau** des mangelhaften und **für den Einbau** des neugelieferten Produktes tragen (EuGH, BGH).

R230 Schickt der Kunde die Ware zur Reparatur oder zum Austausch zurück, muss der **Händler** die für die Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen tragen, insbesondere **Transport-, Wege-, Arbeits- und Materialkosten** (§ 439 Abs. 2 BGB). Für den Händler von Bedeutung ist auch die Frage, an welchem Ort die sog. **Nacherfüllung** (Reparatur oder Austausch) zu erfolgen hat. Muss er also die Ware beim Verbraucher reparieren (oder zum Zwecke der Reparatur dort abholen) oder trifft den Verbraucher eine Pflicht, den defekten Gegenstand an den Sitz des Unternehmers zu bringen. Der Erfüllungsort der Nacherfüllung ist regelmäßig der **Unternehmenssitz** des Verkäufers ist (BGH).

R231 Eine werbliche Herausstellung der Gewährleistung ist nicht möglich, da dies eine **Werbung mit Selbstverständlichkeiten** ist (OLG Hamm).

> **Garantie**
>
> Die Garantie wird oftmals **mit Gewährleistungsansprüchen verwechselt** und Verbraucher (aber auch Händler) sprechen des Öfteren fehlerhaft von einer „zweijährigen Garantie", wenn sie auf die Gewährleistung hinweisen wollen.
>
> Wird eine Garantie (vom Hersteller oder vom Händler selbst) angeboten, so müssen unbedingt Angaben zu deren Bedingungen gemacht werden (Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 9 EGBGB).

R232 Um eine Garantie handelt es sich, wenn „der Verkäufer, der Hersteller oder ein sonstiger Dritter in einer Erklärung oder einschlägigen Werbung, die vor oder bei Abschluss des Kaufvertrags verfügbar war, zusätzlich zu der gesetzlichen Mängelhaftung insbesondere die **Verpflichtung** ein[geht], den Kaufpreis zu erstatten, die Sache **auszutauschen**, **nachzubessern** oder in ihrem Zusammenhang **Dienstleistungen zu erbringen**, falls die Sache nicht diejenige Beschaffenheit aufweist oder andere als die **Mängelfreiheit** betreffende Anforderungen nicht erfüllt, die in der Erklärung oder einschlägigen Werbung beschrieben sind" (§ 433 Abs. 1 BGB).

6 Kundenbewertungen

R233 Gerade im Online-Handel nehmen Kundenbewertungen an Bedeutung zu. Ein potentieller Käufer kennt evtl. den Shop nicht und kann sich über Bewertungen, die andere Käufer vor ihm abgegeben haben, ein besseres Bild machen. Positive Bewertungen werden den Interessenten motivieren, auch im Shop zu bestellen, negative werden ihn eher von einer Bestellung abhalten. Aus Sicht des Shopbetreibers ist es daher verständlich, dass er so viele wie mögliche positive und am besten gar keine negativen Bewertungen erhält.

6.1 Bewertungsaufforderung per E-Mail

R234 Um so viele Bewertungen wie möglich zu erhalten, möchten die Händler ihre Kunden gerne zur Abgabe möglichst vieler Bewertungen bewegen. Hierzu werden oft E-Mails an den Kunden geschickt, in der er zur Bewertungsabgabe aufgefordert wird. Hierbei gilt aber, dass eine solche **Bewertungsaufforderung via E-Mail unzulässig** ist, sofern nicht eine ausdrückliche Einwilligung des Kunden vorliegt, denn eine solche E-Mail ist als **Werbung** einzustufen (AG Hannover, AG Düsseldorf). Auf die Ausnahme aus § 7 Abs. 3 UWG kann sich der Händler in diesem Fall nicht berufen. Daher sollte auf der Bestellbestätigungsseite (oder schon im Laufe des Bestellprozesses) die **ausdrückliche Einwilligung des Kunden eingeholt werden** (vgl. Kapitel 2.2.2 Newsletteranmeldung). Das OLG Köln hat – für telefonische Kontaktaufnahme zwecks Kundenbewertung – entschieden, dass diese **nur mit ausdrücklicher Zustimmung möglich** ist. Da für Werbung via E-Mail und via Telefon gegenüber Verbrauchern die gleichen Zulässigkeitsvoraussetzungen gelten, sollten sich Händler nach der Rechtsprechung des OLG Köln richten.

R235 Ist die **Aufforderung zur Bewertung** im rechtlich zulässigen Rahmen versandt worden, kommt es noch auf den Inhalt dieser an. Es ist wettbewerbswidrig für die Vergabe von Bewertungen Rabatte zu versprechen und bei der Anzeige der gesammelten Bewertungen nicht auf diese Sonderzahlungen hingewiesen wird (OLG Hamm).

6.2 Löschung von Negativbewertungen?

R236 Gibt der Verbraucher aber einen negativen Kommentar oder eine **negative Bewertung** ab, stellt sich die Frage, ob der Händler einen **Anspruch auf Löschung** dieses Kommentars oder der Bewertung hat. Hierzu muss die abgegebene Bewertung zunächst in eine der folgenden Kategorien eingeordnet werden:

- Wahre Tatsachenbehauptung
- Unwahre Tatsachenbehauptung
- Meinungsäußerung
- Schmähkritik/Beleidigung

R237 Die Grenzen zwischen diesen Kategorien ist oft fließend, eine eindeutige Zuordnung meist schwer. Die Rechtsprechung hat hier zum einen allgemeine Kriterien aufgestellt zum anderen aber bereits anhand zahlreicher Beispiele entschieden, welche Art von Äußerungen in welche Kategorie einzuordnen ist. Als Tatsachenbehauptungen werden wahrnehmbare oder feststellbare äußere oder innere Zustände oder Vorgänge bezeichnet, die in der Gegenwart oder Vergangenheit liegen. **Wahre Tatsachenbehauptungen** muss der Händler in einem Kommentar **akzeptieren**, gegen **unwahre Tatsachenbehauptungen** kann er sich – im Notfall auch gerichtlich – **wehren**.

R238 Die **Nachweispflicht** über die Unwahrheit einer Behauptung liegt beim Händler (OLG Celle, LG Düsseldorf, AG Peine). Gelingt ihm der Nachweis nicht, hat er keinen Anspruch auf Löschung des Kommentars. Bei der Bewertung der Wahrheit ist auf den **Zeitpunkt der Abgabe** der Bewertung abzustellen (LG Köln). Schreibt der Kunde also z. B. dass ein defekter Scheinwerfer geliefert wurde und liefert der Händler nach Abgabe der Bewertung noch einen intakten nach, hat er keinen Anspruch auf Löschung, da der Kommentar im Zeitpunkt der Abgabe korrekt war. Auch ein Anspruch auf eine „Erweiterung" des Kommentars besteht nicht. Zahlt ein Online-Händler nach der Rücksendung der Ware im Rahmen des Widerrufsrechtes den Kaufpreis nicht zurück, muss er den Kommentar „Leider nicht gepasst, keine Rückerstattung bekommen! Schuhe weg. Geld weg …!" hinnehmen, da dies eine **wahre Tatsachenbehauptung** darstellt (LG Dresden). Gibt es eine Antwortfunktion, kann der Händler Nachlieferung selbst klarstellen.

R239 Ein **Werturteil** ist dagegen das Ergebnis einer wertenden (subjektiven) Schlussfolgerung des Käufers aus Tatsachen. Es ist gekennzeichnet durch **Elemente der Stellungnahme** und lässt sich nicht als wahr oder falsch einstufen. **Werturteile sind als Meinungsäußerungen** gemäß Art. 5 Abs. 1 Grundgesetz geschützt und **immer zulässig**. Erst wenn die Schwelle zur sog. „Schmähkritik" überschritten wurde oder es sich um eine Beleidigung handelt, sind derartige Äußerungen unzulässig. Die Verwendung von Rechtsbegriffen (z. B. „Betrug") stellt in der Regel eine Meinungsäußerung dar. Klassisches Beispiel für ein Werturteil bei Kundenbewertungen ist die Vergabe von **Smileys, Sternen** o.Ä. Einen **Anspruch auf Löschung** oder Änderung dieser Bewertung **hat der Händler nicht** (AG Bremen), denn die Vergabe dieser Sterne ist höchst subjektiv.

„unglaublich unverschämt“

Diese Bewertung gab ein Kunde ab, nachdem eine längere E-Mail-Kommunikation zwischen Händler und Shop stattfand. Das AG Eggenfelden stufte dies als Werturteil ein, gegen welches kein Unterlassungsanspruch geltend gemacht werden könne. Das Gericht sah diese Bewertung darüber hinaus als gerechtfertigt an, da der Händler in seinen E-Mails den **Boden einer sachlichen Diskussion verlassen** hatte, wogegen der Kunde die ganze Zeit über sachlich blieb.

„nie, nie, nie wieder“ und „frech und dreist“

Diese beiden Kommentare gab ein Kunde ab. Das LG Köln sah hierin eine **zulässige Meinungsäußerung**, gegen die kein Löschungsanspruch besteht. Auch eine überzogene, ungerechte oder gar abfällige Kritik stellt noch keine unzulässige Schmähkritik dar, sondern ist vielmehr vom Schutz der Meinungsäußerung umfasst.

„Vorsicht bei Reklamation! Übelste Abzocke bei Versandkosten“

Diesen Kommentar gab ein Verbraucher ab, nachdem er sein Widerrufsrecht ausgeübt hatte und der Händler ihm nicht die Hinsendekosten erstattete. Die Einschätzung als „übelste Abzocke“ stellte in diesem Fall noch **keine unzulässige Schmähkritik** dar, sondern lediglich eine Meinungsäußerung. Hier stand nicht die Diffamierung oder Beleidigung des Händlers im Vordergrund, sondern die Erstattungspraxis. Die Kritik darf dabei scharf, schonungslos und ausfällig sein (LG Köln).

Leider nicht gepasst, keine Rückerstattung bekommen! Schuhe weg. Geld weg!

Der Kommentar „Leider nicht gepasst, keine Rückerstattung bekommen! Schuhe weg. Geld weg!” im Rahmen einer Bewertung über eBay ist zulässig, sofern sie nicht offensichtlich unwahr ist (LG Dresden). In dem Fall schickte eine Kundin Schuhe im Rahmen des Widerrufsrechtes zurück, die auf dem Transportweg verloren gingen. Der Online-Händler weigerte sich allerdings, den Kaufpreis zu erstatten. Damit war die Aussage im Rahmen der Bewertung objektiv wahr und der Händler musste sie so hinnehmen.

R240 Das Bundesverfassungsgericht hat den Begriff der Schmähkritik wie folgt definiert:

*„Eine **Meinungsäußerung** wird nicht schon wegen ihrer herabsetzenden Wirkung für Dritte zur **Schmähung**. Auch eine **überzogene** und selbst eine **ausfällige Kritik** macht für sich genommen eine Äußerung noch nicht zur Schmähung. Eine herabsetzende Äußerung nimmt vielmehr erst dann den Charakter der Schmähung an, wenn in ihr nicht mehr die **Auseinandersetzung in der Sache**, sondern die **Diffamierung der Person im Vordergrund** steht. Sie muss jenseits auch **polemischer und überspitzter Kritik** in der Herabsetzung der Person bestehen. Das ist z. B. der Fall, wenn der Händler als „Spinner“ bezeichnet wird (AG Frankfurt a.M.). Von einer **Beleidigung** spricht man bei einem Angriff auf die Ehre eines anderen durch Kundgabe der Nicht- oder Missachtung der Person.“*

R241 Die Grenzen zwischen **zulässigem Werturteil** und der **unzulässigen Schmähkritik** sind fließend und die Abgrenzung kann in Einzelfällen schwierig sein. Das Gebot einer sachlichen Bewertung kann bereits dann verletzt sein, wenn die abgegebene Bewertung keine Angaben dazu enthält, welches Fehlverhalten dem Händler konkret vorgeworfen wird (AG Erlangen). Das LG Saarbrücken widersprach dieser Auffassung allerdings mit der Begründung, dass die Funktion eines Bewertungssystems eine Meinungsäußerung sei und dass für einen Kommentar entsprechend wenig Platz vorhanden sei.

VIII Wichtige Gesetze

(Stand: August 2015)

1. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) - Auszug

§ 13 Verbraucher

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.

§ 14 Unternehmer

(1) Unternehmer ist eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt.

(2) Eine rechtsfähige Personengesellschaft ist eine Personengesellschaft, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen.

§ 119 Anfechtbarkeit wegen Irrtums

(1) Wer bei der Abgabe einer Willenserklärung über deren Inhalt im Irrtum war oder eine Erklärung dieses Inhalts überhaupt nicht abgeben wollte, kann die Erklärung anfechten, wenn anzunehmen ist, dass er sie bei Kenntnis der Sachlage und bei verständiger Würdigung des Falles nicht abgegeben haben würde.

(2) Als Irrtum über den Inhalt der Erklärung gilt auch der Irrtum über solche Eigenschaften der Person oder der Sache, die im Verkehr als wesentlich angesehen werden.

§ 120 Anfechtbarkeit wegen falscher Übermittlung

Eine Willenserklärung, welche durch die zur Übermittlung verwendete Person oder Einrichtung unrichtig übermittelt worden ist, kann unter der gleichen Voraussetzung angefochten werden wie nach § 119 eine irrtümlich abgegebene Willenserklärung.

§ 126b Textform

Ist durch Gesetz Textform vorgeschrieben, so muss eine lesbare Erklärung, in der die Person des Erklärenden genannt ist, auf einem dauerhaften Datenträger abgegeben werden. Ein dauerhafter Datenträger ist jedes Medium, das

1. es dem Empfänger ermöglicht, eine auf dem Datenträger befindliche, an ihn persönlich gerichtete Erklärung so aufzubewahren oder zu speichern, dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und

2. geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben.

§ 145 Bindung an den Antrag

Wer einem anderen die Schließung eines Vertrags anträgt, ist an den Antrag gebunden, es sei denn, dass er die Gebundenheit ausgeschlossen hat.

§ 146 Erlöschen des Antrags

Der Antrag erlischt, wenn er dem Antragenden gegenüber abgelehnt oder wenn er nicht diesem gegenüber nach den §§ 147 bis 149 rechtzeitig angenommen wird.

§ 147 Annahmefrist

(1) Der einem Anwesenden gemachte Antrag kann nur sofort angenommen werden. Dies gilt auch von einem mittels Fernsprechers oder einer sonstigen technischen Einrichtung von Person zu Person gemachten Antrag.

(2) Der einem Abwesenden gemachte Antrag kann nur bis zu dem Zeitpunkt angenommen werden, in welchem der Antragende den Eingang der Antwort unter regelmäßigen Umständen erwarten darf.

§ 151 Annahme ohne Erklärung gegenüber dem Antragenden

Der Vertrag kommt durch die Annahme des Antrags zustande, ohne dass die Annahme dem Antragenden gegenüber erklärt zu werden braucht, wenn eine solche Erklärung nach der Verkehrssitte nicht zu erwarten ist oder der Antragende auf sie verzichtet hat. Der Zeitpunkt, in welchem der Antrag erlischt, bestimmt sich nach dem aus dem Antrag oder den Umständen zu entnehmenden Willen des Antragenden.

§ 275 Ausschluss der Leistungspflicht

(1) Der Anspruch auf Leistung ist ausgeschlossen, soweit diese für den Schuldner oder für jedermann unmöglich ist.

(2) Der Schuldner kann die Leistung verweigern, soweit diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht. Bei der Bestimmung der dem Schuldner zuzumutenden Anstrengungen ist auch zu berücksichtigen, ob der Schuldner das Leistungshindernis zu vertreten hat.

(3) Der Schuldner kann die Leistung ferner verweigern, wenn er die Leistung persönlich zu erbringen hat und sie ihm unter Abwägung des seiner Leistung entgegenstehenden Hindernisses mit dem Leistungsinteresse des Gläubigers nicht zugemutet werden kann.

(4) Die Rechte des Gläubigers bestimmen sich nach den §§ 280, 283 bis 285, 311a und 326.

§ 276 Verantwortlichkeit des Schuldners

(1) Der Schuldner hat Vorsatz und Fahrlässigkeit zu vertreten, wenn eine strengere oder mildere Haftung weder bestimmt noch aus dem sonstigen Inhalt des Schuldverhältnisses, insbesondere aus der Übernahme einer Garantie oder eines Beschaffungsrisikos, zu entnehmen ist. Die Vorschriften der §§ 827 und 828 finden entsprechende Anwendung.

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

(2) Fahrlässig handelt, wer die im Verkehr erforderliche Sorgfalt außer Acht lässt.

(3) Die Haftung wegen Vorsatzes kann dem Schuldner nicht im Voraus erlassen werden.

§ 278 Verantwortlichkeit des Schuldners für Dritte

Der Schuldner hat ein Verschulden seines gesetzlichen Vertreters und der Personen, deren er sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeit bedient, in gleichem Umfang zu vertreten wie eigenes Verschulden. Die Vorschrift des § 276 Abs. 3 findet keine Anwendung.

§ 286 Verzug des Schuldners

(1) Leistet der Schuldner auf eine Mahnung des Gläubigers nicht, die nach dem Eintritt der Fälligkeit erfolgt, so kommt er durch die Mahnung in Verzug. Der Mahnung stehen die Erhebung der Klage auf die Leistung sowie die Zustellung eines Mahnbescheids im Mahnverfahren gleich.

(2) Der Mahnung bedarf es nicht, wenn

1. für die Leistung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist,

2. der Leistung ein Ereignis vorauszugehen hat und eine angemessene Zeit für die Leistung in der Weise bestimmt ist, dass sie sich von dem Ereignis an nach dem Kalender berechnen lässt,

3. der Schuldner die Leistung ernsthaft und endgültig verweigert,

4. aus besonderen Gründen unter Abwägung der beiderseitigen Interessen der sofortige Eintritt des Verzugs gerechtfertigt ist.

(3) Der Schuldner einer Entgeltforderung kommt spätestens in Verzug, wenn er nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufstellung leistet; dies gilt gegenüber einem Schuldner, der Verbraucher ist, nur, wenn auf diese Folgen in der Rechnung oder Zahlungsaufstellung besonders hingewiesen worden ist. Wenn der Zeitpunkt des Zugangs der Rechnung oder Zahlungsaufstellung unsicher ist, kommt der Schuldner, der nicht Verbraucher ist, spätestens 30 Tage nach Fälligkeit und Empfang der Gegenleistung in Verzug.

(4) Der Schuldner kommt nicht in Verzug, solange die Leistung infolge eines Umstands unterbleibt, den er nicht zu vertreten hat.

§ 288 Verzugszinsen

(1) Eine Geldschuld ist während des Verzugs zu verzinsen. Der Verzugszinssatz beträgt für das Jahr fünf Prozentpunkte über dem Basiszinssatz.

(2) Bei Rechtsgeschäften, an denen ein Verbraucher nicht beteiligt ist, beträgt der Zinssatz für Entgeltforderungen acht Prozentpunkte über dem Basiszinssatz.

(3) Der Gläubiger kann aus einem anderen Rechtsgrund höhere Zinsen verlangen.

(4) Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen.

§ 305 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen in den Vertrag

(1) Allgemeine Geschäftsbedingungen sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt. Gleichgültig ist, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrags bilden oder in die Vertragsurkunde selbst aufgenommen werden, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat. Allgemeine Geschäftsbedingungen liegen nicht vor, soweit die Vertragsbedingungen zwischen den Vertragsparteien im Einzelnen ausgehandelt sind.

(2) Allgemeine Geschäftsbedingungen werden nur dann Bestandteil eines Vertrags, wenn der Verwender bei Vertragsschluss

1. die andere Vertragspartei ausdrücklich oder, wenn ein ausdrücklicher Hinweis wegen der Art des Vertragsschlusses nur unter unverhältnismäßigen Schwierigkeiten möglich ist, durch deutlich sichtbaren Aushang am Orte des Vertragsschlusses auf sie hinweist und

2. der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise, die auch eine für den Verwender erkennbare körperliche Behinderung der anderen Vertragspartei angemessen berücksichtigt, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen,

und wenn die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist.

(3) Die Vertragsparteien können für eine bestimmte Art von Rechtsgeschäften die Geltung bestimmter Allgemeiner Geschäftsbedingungen unter Beachtung der in Absatz 2 bezeichneten Erfordernisse im Voraus vereinbaren.

§ 305a Einbeziehung in besonderen Fällen

Auch ohne Einhaltung der in § 305 Abs. 2 Nr. 1 und 2 bezeichneten Erfordernisse werden einbezogen, wenn die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist,

1. die mit Genehmigung der zuständigen Verkehrsbehörde oder auf Grund von internationalen Übereinkommen erlassenen Tarife und Ausführungsbestimmungen der Eisenbahnen und die nach Maßgabe des Personenbeförderungsgesetzes genehmigten Beförderungsbedingungen der Straßenbahnen, Obusse und Kraftfahrzeuge im Linienverkehr in den Beförderungsvertrag,

2. die im Amtsblatt der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post veröffentlichten und in den Geschäftsstellen des Verwenders bereitgehaltenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen

a) in Beförderungsverträge, die außerhalb von Geschäftsräumen durch den Einwurf von Postsendungen in Briefkästen abgeschlossen werden,

b) in Verträge über Telekommunikations-, Informations- und andere Dienstleistungen, die unmittelbar durch Einsatz von Fernkommunikationsmitteln und während der Erbringung einer Telekommunikationsdienstleistung in einem Mal erbracht werden, wenn die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der anderen Vertragspartei nur unter unverhältnismäßigen Schwierigkeiten vor dem Vertragsschluss zugänglich gemacht werden können.

§ 305b Vorrang der Individualabrede

Individuelle Vertragsabreden haben Vorrang vor Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

§ 305c Überraschende und mehrdeutige Klauseln

(1) Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die nach den Umständen, insbesondere nach dem äußeren Erscheinungsbild des Vertrags, so ungewöhnlich sind, dass der Vertragspartner des Verwenders mit ihnen nicht zu rechnen braucht, werden nicht Vertragsbestandteil.

(2) Zweifel bei der Auslegung Allgemeiner Geschäftsbedingungen gehen zu Lasten des Verwenders.

§ 306 Rechtsfolgen bei Nichteinbeziehung und Unwirksamkeit

(1) Sind Allgemeine Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise nicht Vertragsbestandteil geworden oder unwirksam, so bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam.

(2) Soweit die Bestimmungen nicht Vertragsbestandteil geworden oder unwirksam sind, richtet sich der Inhalt des Vertrags nach den gesetzlichen Vorschriften.

(3) Der Vertrag ist unwirksam, wenn das Festhalten an ihm auch unter Berücksichtigung der nach Absatz 2 vorgesehenen Änderung eine unzumutbare Härte für eine Vertragspartei darstellen würde.

§ 306a Umgehungsverbot

Die Vorschriften dieses Abschnitts finden auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

§ 307 Inhaltskontrolle

(1) Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Eine unangemessene Benachteiligung kann sich auch daraus ergeben, dass die Bestimmung nicht klar und verständlich ist.

(2) Eine unangemessene Benachteiligung ist im Zweifel anzunehmen, wenn eine Bestimmung

1. mit wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung, von der abgewichen wird, nicht zu vereinbaren ist oder

2. wesentliche Rechte oder Pflichten, die sich aus der Natur des Vertrags ergeben, so einschränkt, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet ist.

(3) Die Absätze 1 und 2 sowie die §§ 308 und 309 gelten nur für Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, durch die von Rechtsvorschriften abweichende oder diese ergänzende Regelungen vereinbart werden. Andere Bestimmungen können nach Absatz 1 Satz 2 in Verbindung mit Absatz 1 Satz 1 unwirksam sein.

§ 308 Klauselverbote mit Wertungsmöglichkeit

In Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist insbesondere unwirksam

1. (Annahme- und Leistungsfrist)

eine Bestimmung, durch die sich der Verwender unangemessen lange oder nicht hinreichend bestimmte Fristen für die Annahme oder Ablehnung eines Angebots oder die Erbringung einer Leistung vorbehält; ausgenommen hiervon ist der Vorbehalt, erst nach Ablauf der Widerrufsfrist nach § 355 Absatz 1 und 2 zu leisten;

2. (Nachfrist)

eine Bestimmung, durch die sich der Verwender für die von ihm zu bewirkende Leistung abweichend von Rechtsvorschriften eine unangemessen lange oder nicht hinreichend bestimmte Nachfrist vorbehält;

3. (Rücktrittsvorbehalt)

die Vereinbarung eines Rechts des Verwenders, sich ohne sachlich gerechtfertigten und im Vertrag angegebenen Grund von seiner Leistungspflicht zu lösen; dies gilt nicht für Dauerschuldverhältnisse;

4. (Änderungsvorbehalt)

die Vereinbarung eines Rechts des Verwenders, die versprochene Leistung zu ändern oder von ihr abzuweichen, wenn nicht die Vereinbarung der Änderung oder Abweichung unter Berücksichtigung der Interessen des Verwenders für den anderen Vertragsteil zumutbar ist;

5. (Fingierte Erklärungen)

eine Bestimmung, wonach eine Erklärung des Vertragspartners des Verwenders bei Vornahme oder Unterlassung einer bestimmten Handlung als von ihm abgegeben oder nicht abgegeben gilt, es sei denn, dass

a) dem Vertragspartner eine angemessene Frist zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung eingeräumt ist und

b) der Verwender sich verpflichtet, den Vertragspartner bei Beginn der Frist auf die vorgesehene Bedeutung seines Verhaltens besonders hinzuweisen;

dies gilt nicht für Verträge, in die Teil B der Verdingungsordnung für Bauleistungen insgesamt einbezogen ist;

6. (Fiktion des Zugangs)

eine Bestimmung, die vorsieht, dass eine Erklärung des Verwenders von besonderer Bedeutung dem anderen Vertragsteil als zugegangen gilt;

7. (Abwicklung von Verträgen)

eine Bestimmung, nach der der Verwender für den Fall, dass eine Vertragspartei vom Vertrag zurücktritt oder den Vertrag kündigt,

a) eine unangemessen hohe Vergütung für die Nutzung oder den Gebrauch einer Sache oder eines Rechts oder für erbrachte Leistungen oder

b) einen unangemessen hohen Ersatz von Aufwendungen verlangen kann;

8. (Nichtverfügbarkeit der Leistung)

die nach Nummer 3 zulässige Vereinbarung eines Vorbehalts des Verwenders, sich von der Verpflichtung zur Erfüllung des Vertrags bei Nichtverfügbarkeit der Leistung zu lösen, wenn sich der Verwender nicht verpflichtet,

a) den Vertragspartner unverzüglich über die Nichtverfügbarkeit zu informieren und

b) Gegenleistungen des Vertragspartners unverzüglich zu erstatten.

§ 309 Klauselverbote ohne Wertungsmöglichkeit

Auch soweit eine Abweichung von den gesetzlichen Vorschriften zulässig ist, ist in Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam

1. (Kurzfristige Preiserhöhungen)

eine Bestimmung, welche die Erhöhung des Entgelts für Waren oder Leistungen vorsieht, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsschluss geliefert oder erbracht werden sollen; dies gilt nicht bei Waren oder Leistungen, die im Rahmen von Dauerschuldverhältnissen geliefert oder erbracht werden;

2. (Leistungsverweigerungsrechte)

eine Bestimmung, durch die

a) das Leistungsverweigerungsrecht, das dem Vertragspartner des Verwenders nach § 320 zusteht, ausgeschlossen oder eingeschränkt wird oder

b) ein dem Vertragspartner des Verwenders zustehendes Zurückbehaltungsrecht, soweit es auf demselben Vertragsverhältnis beruht, ausgeschlossen oder eingeschränkt, insbesondere von der Anerkennung von Mängeln durch den Verwender abhängig gemacht wird;

3. (Aufrechnungsverbot)

eine Bestimmung, durch die dem Vertragspartner des Verwenders die Befugnis genommen wird, mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufzurechnen;

4. (Mahnung, Fristsetzung)

eine Bestimmung, durch die der Verwender von der gesetzlichen Obliegenheit freigestellt wird, den anderen Vertragsteil zu mahnen oder ihm eine Frist für die Leistung oder Nacherfüllung zu setzen;

5. (Pauschalierung von Schadensersatzansprüchen)

die Vereinbarung eines pauschalierten Anspruchs des Verwenders auf Schadensersatz oder Ersatz einer Wertminderung, wenn

a) die Pauschale den in den geregelten Fällen nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge zu erwartenden Schaden oder die gewöhnlich eintretende Wertminderung übersteigt oder

b) dem anderen Vertragsteil nicht ausdrücklich der Nachweis gestattet wird, ein Schaden oder eine Wertminderung sei überhaupt nicht entstanden oder wesentlich niedriger als die Pauschale;

6. (Vertragsstrafe)

eine Bestimmung, durch die dem Verwender für den Fall der Nichtabnahme oder verspäteten Abnahme der Leistung, des Zahlungsverzugs oder für den Fall, dass der andere Vertragsteil sich vom Vertrag löst, Zahlung einer Vertragsstrafe versprochen wird;

7. (Haftungsausschluss bei Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit und bei grobem Verschulden)

a) (Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit)

ein Ausschluss oder eine Begrenzung der Haftung für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer fahrlässigen Pflichtverletzung des Verwenders oder einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung eines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen des Verwenders beruhen;

b) (Grobes Verschulden)

ein Ausschluss oder eine Begrenzung der Haftung für sonstige Schäden, die auf einer grob fahrlässigen Pflichtverletzung des Verwenders oder auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung eines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen des Verwenders beruhen;

die Buchstaben a und b gelten nicht für Haftungsbeschränkungen in den nach Maßgabe des Personenbeförderungsgesetzes genehmigten Beförderungsbedingungen und Tarifvorschriften der Straßenbahnen, Obusse und Kraftfahrzeuge im Linienverkehr, soweit sie nicht zum Nachteil des Fahrgasts von der Verordnung über die Allgemeinen Beförderungsbedingungen für den Straßenbahn- und Obusverkehr sowie den Linienverkehr mit Kraftfahrzeugen vom 27. Februar 1970 abweichen; Buchstabe b gilt nicht für Haftungsbeschränkungen für staatlich genehmigte Lotterie- oder Ausspielverträge;

8. (Sonstige Haftungsausschlüsse bei Pflichtverletzung)

a) (Ausschluss des Rechts, sich vom Vertrag zu lösen)

eine Bestimmung, die bei einer vom Verwender zu vertretenden, nicht in einem Mangel der Kaufsache oder des Werkes bestehenden Pflichtverletzung das Recht des anderen Vertragsteils, sich vom Vertrag zu lösen, ausschließt oder einschränkt; dies gilt nicht für die in der Nummer 7 bezeichneten Beförderungsbedingungen und Tarifvorschriften unter den dort genannten Voraussetzungen;

b) (Mängel)

eine Bestimmung, durch die bei Verträgen über Lieferungen neu hergestellter Sachen und über Werkleistungen

aa) (Ausschluss und Verweisung auf Dritte)

die Ansprüche gegen den Verwender wegen eines Mangels insgesamt oder bezüglich einzelner Teile ausgeschlossen, auf die Einräumung von Ansprüchen gegen Dritte beschränkt oder von der vorherigen gerichtlichen Inanspruchnahme Dritter abhängig gemacht werden;

bb) (Beschränkung auf Nacherfüllung)

die Ansprüche gegen den Verwender insgesamt oder bezüglich einzelner Teile auf ein Recht auf Nacherfüllung beschränkt werden, sofern dem anderen Vertragsteil nicht ausdrücklich das Recht vorbehalten wird, bei Fehlschlagen der Nacherfüllung zu mindern oder, wenn nicht eine Bauleistung Gegenstand der Mängelhaftung ist, nach seiner Wahl vom Vertrag zurückzutreten;

cc) (Aufwendungen bei Nacherfüllung)

die Verpflichtung des Verwenders ausgeschlossen oder beschränkt wird, die zum Zwecke der Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen, insbesondere Transport-, Wege-, Arbeits- und Materialkosten, zu tragen;

dd) (Vorenthalten der Nacherfüllung)

der Verwender die Nacherfüllung von der vorherigen Zahlung des vollständigen Entgelts oder eines unter Berücksichtigung des Mangels unverhältnismäßig hohen Teils des Entgelts abhängig macht;

ee) (Ausschlussfrist für Mängelanzeige)

der Verwender dem anderen Vertragsteil für die Anzeige nicht offensichtlicher Mängel eine Ausschlussfrist setzt, die kürzer ist als die nach dem Doppelbuchstaben ff zulässige Frist;

ff) (Erleichterung der Verjährung)

die Verjährung von Ansprüchen gegen den Verwender wegen eines Mangels in den Fällen des § 438 Abs. 1 Nr. 2 und des § 634a Abs. 1 Nr. 2 erleichtert oder in den sonstigen Fällen eine weniger als ein Jahr betragende Verjährungsfrist ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn erreicht wird; dies gilt nicht für Verträge, in die Teil B der Verdingungsordnung für Bauleistungen insgesamt einbezogen ist;

9. (Laufzeit bei Dauerschuldverhältnissen)

bei einem Vertragsverhältnis, das die regelmäßige Lieferung von Waren oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen durch den Verwender zum Gegenstand hat,

a) eine den anderen Vertragsteil länger als zwei Jahre bindende Laufzeit des Vertrags,

b) eine den anderen Vertragsteil bindende stillschweigende Verlängerung des Vertragsverhältnisses um jeweils mehr als ein Jahr oder

c) zu Lasten des anderen Vertragsteils eine längere Kündigungsfrist als drei Monate vor Ablauf der zunächst vorgesehenen oder stillschweigend verlängerten Vertragsdauer;

dies gilt nicht für Verträge über die Lieferung als zusammengehörig verkaufter Sachen, für Versicherungsverträge sowie für Verträge zwischen den Inhabern urheberrechtlicher Rechte und Ansprüche und Verwertungsgesellschaften im Sinne des Gesetzes über die Wahrnehmung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten;

10. (Wechsel des Vertragspartners)

eine Bestimmung, wonach bei Kauf-, Dienst- oder Werkverträgen ein Dritter anstelle des Verwenders in die sich aus dem Vertrag ergebenden Rechte und Pflichten eintritt oder eintreten kann, es sei denn, in der Bestimmung wird

a) der Dritte namentlich bezeichnet oder

b) dem anderen Vertragsteil das Recht eingeräumt, sich vom Vertrag zu lösen;

11. (Haftung des Abschlussvertreters)

eine Bestimmung, durch die der Verwender einem Vertreter, der den Vertrag für den anderen Vertragsteil abschließt,

a) ohne hierauf gerichtete ausdrückliche und gesonderte Erklärung eine eigene Haftung oder Einstandspflicht oder

b) im Falle vollmachtsloser Vertretung eine über § 179 hinausgehende Haftung auferlegt;

12. (Beweislast)

eine Bestimmung, durch die der Verwender die Beweislast zum Nachteil des anderen Vertragsteils ändert, insbesondere indem er

a) diesem die Beweislast für Umstände auferlegt, die im Verantwortungsbereich des Verwenders liegen, oder

b) den anderen Vertragsteil bestimmte Tatsachen bestätigen lässt;

Buchstabe b gilt nicht für Empfangsbekenntnisse, die gesondert unterschrieben oder mit einer gesonderten qualifizierten elektronischen Signatur versehen sind;

13. (Form von Anzeigen und Erklärungen)

eine Bestimmung, durch die Anzeigen oder Erklärungen, die dem Verwender oder einem Dritten gegenüber abzugeben sind, an eine strengere Form als die Schriftform oder an besondere Zugangserfordernisse gebunden werden.

§ 310 Anwendungsbereich

(1) § 305 Abs. 2 und 3 und die §§ 308 und 309 finden keine Anwendung auf Allgemeine Geschäftsbedingungen, die gegenüber einem Unternehmer, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen verwendet werden. § 307 Abs. 1 und 2 findet in den Fällen des Satzes 1 auch insoweit Anwendung, als dies zur Unwirksamkeit von in den §§ 308 und 309 genannten Vertragsbestimmungen führt; auf die im Handelsverkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuche ist angemessen Rücksicht zu nehmen.

(2) Die §§ 308 und 309 finden keine Anwendung auf Verträge der Elektrizitäts-, Gas-, Fernwärme- und Wasserversorgungsunternehmen über die Versorgung von Sonderabnehmern mit elektrischer Energie, Gas, Fernwärme und Wasser aus dem Versorgungsnetz, soweit die Versorgungsbedingungen nicht zum Nachteil der Abnehmer von Verordnungen über Allgemeine Bedingungen für die Versorgung von Tarifkunden mit elektrischer Energie, Gas, Fernwärme und Wasser abweichen. Satz 1 gilt entsprechend für Verträge über die Entsorgung von Abwasser.

(3) Bei Verträgen zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher (Verbraucherverträge) finden die Vorschriften dieses Abschnitts mit folgenden Maßgaben Anwendung:

1. Allgemeine Geschäftsbedingungen gelten als vom Unternehmer gestellt, es sei denn, dass sie durch den Verbraucher in den Vertrag eingeführt wurden;

2. § 305c Abs. 2 und die §§ 306 und 307 bis 309 dieses Gesetzes sowie Artikel 29a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche finden auf vorformulierte Vertragsbedingungen auch dann Anwendung, wenn diese nur zur einmaligen Verwendung bestimmt sind und soweit der Verbraucher auf Grund der Vorformulierung auf ihren Inhalt keinen Einfluss nehmen konnte;

3. bei der Beurteilung der unangemessenen Benachteiligung nach § 307 Abs. 1 und 2 sind auch die den Vertragsschluss begleitenden Umstände zu berücksichtigen.

(4) Dieser Abschnitt findet keine Anwendung bei Verträgen auf dem Gebiet des Erb-, Familien- und Gesellschaftsrechts sowie auf Tarifverträge, Betriebs- und Dienstvereinbarungen. Bei der Anwendung auf Arbeitsverträge sind die im Arbeitsrecht geltenden Besonderheiten angemessen zu berücksichtigen; § 305 Abs. 2 und 3 ist nicht anzuwenden. Tarifverträge, Betriebs- und Dienstvereinbarungen stehen Rechtsvorschriften im Sinne von § 307 Abs. 3 gleich.

§ 312 Anwendungsbereich

(1) Die Vorschriften der Kapitel 1 und 2 dieses Untertitels sind nur auf Verbraucherverträge im Sinne des § 310 Absatz 3 anzuwenden, die eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand haben.

(2) Von den Vorschriften der Kapitel 1 und 2 dieses Untertitels ist nur § 312a Absatz 1, 3, 4 und 6 auf folgende Verträge anzuwenden:

1. notariell beurkundete Verträge

a) über Finanzdienstleistungen, die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden,

b) die keine Verträge über Finanzdienstleistungen sind; für Verträge, für die das Gesetz die notarielle Beurkundung des Vertrags oder einer Vertragserklärung nicht vorschreibt, gilt dies nur, wenn der Notar darüber belehrt, dass die Informationspflichten nach § 312d Absatz 1 und das Widerrufsrecht nach § 312g Absatz 1 entfallen,

2. Verträge über die Begründung, den Erwerb oder die Übertragung von Eigentum oder anderen Rechten an Grundstücken,

3. Verträge über den Bau von neuen Gebäuden oder erhebliche Umbaumaßnahmen an bestehenden Gebäuden,

4. Verträge über Reiseleistungen nach § 651a, wenn diese

a) im Fernabsatz geschlossen werden oder

b) außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden, wenn die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Vertragsschluss beruht, auf vorhergehende Bestellung des Verbrauchers geführt worden sind,

5. Verträge über die Beförderung von Personen,

6. Verträge über Teilzeit-Wohnrechte, langfristige Urlaubsprodukte, Vermittlungen und Tauschsysteme nach den §§ 481 bis 481b,

7. Behandlungsverträge nach § 630a,

8. Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von einem Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden,

9. Verträge, die unter Verwendung von Warenautomaten und automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden,

10. Verträge, die mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Münz- und Kartentelefone zu deren Nutzung geschlossen werden,

11. Verträge zur Nutzung einer einzelnen von einem Verbraucher hergestellten Telefon-, Internet oder Telefaxverbindung,

12. außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge, bei denen die Leistung bei Abschluss der Verhandlungen sofort erbracht und bezahlt wird und das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt 40 Euro nicht überschreitet, und

13. Verträge über den Verkauf beweglicher Sachen auf Grund von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen oder anderen gerichtlichen Maßnahmen.

…

§ 312a Allgemeine Pflichten und Grundsätze bei Verbraucherverträgen; Grenzen der Vereinbarung von Entgelten

(1) Ruft der Unternehmer oder eine Person, die in seinem Namen oder Auftrag handelt, den Verbraucher an, um mit diesem einen Vertrag zu schließen, hat der Anrufer zu Beginn des Gesprächs seine Identität und gegebenenfalls die Identität der Person, für die er anruft, sowie den geschäftlichen Zweck des Anrufs offenzulegen.

(2) Der Unternehmer ist verpflichtet, den Verbraucher nach Maßgabe des Artikels 246 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche zu informieren. Der Unternehmer kann von dem Verbraucher Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und sonstige Kosten nur verlangen, soweit er den Verbraucher über diese Kosten entsprechend den Anforderungen aus Artikel 246 Absatz 1 Nummer 3 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche informiert hat. Die Sätze 1 und 2 sind weder auf außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge noch auf Fernabsatzverträge noch auf Verträge über Finanzdienstleistungen anzuwenden.

(3) Eine Vereinbarung, die auf eine über das vereinbarte Entgelt für die Hauptleistung hinausgehende Zahlung des Verbrauchers gerichtet ist, kann ein Unternehmer mit einem Verbraucher nur ausdrücklich treffen. Schließen der Unternehmer und der Verbraucher einen Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, wird eine solche Vereinbarung nur Vertragsbestandteil, wenn der Unternehmer die Vereinbarung nicht durch eine Voreinstellung herbeiführt.

(4) Eine Vereinbarung, durch die ein Verbraucher verpflichtet wird, ein Entgelt dafür zu zahlen, dass er für die Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten ein bestimmtes Zahlungsmittel nutzt, ist unwirksam, wenn

1. für den Verbraucher keine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit besteht oder

2. das vereinbarte Entgelt über die Kosten hinausgeht, die dem Unternehmer durch die Nutzung des Zahlungsmittels entstehen.

(5) Eine Vereinbarung, durch die ein Verbraucher verpflichtet wird, ein Entgelt dafür zu zahlen, dass der Verbraucher den Unternehmer wegen Fragen oder Erklärungen zu einem zwischen ihnen geschlossenen Vertrag über eine Rufnummer anruft, die der Unternehmer für solche Zwecke bereithält, ist unwirksam, wenn das vereinbarte Entgelt das Entgelt für die bloße Nutzung des Telekommunikationsdienstes übersteigt. Ist eine Vereinbarung nach Satz 1 unwirksam, ist der Verbraucher auch gegenüber dem Anbieter des Telekommunikationsdienstes nicht verpflichtet, ein Entgelt für den Anruf zu zahlen. Der Anbieter des Telekommunikationsdienstes ist berechtigt, das Entgelt für die bloße Nutzung des Telekommunikationsdienstes von dem Unternehmer zu verlangen, der die unwirksame Vereinbarung mit dem Verbraucher geschlossen hat.

(6) Ist eine Vereinbarung nach den Absätzen 3 bis 5 nicht Vertragsbestandteil geworden oder ist sie unwirksam, bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam.

§ 312c Fernabsatzverträge

(1) Fernabsatzverträge sind Verträge, bei denen der Unternehmer oder eine in seinem Namen oder Auftrag handelnde Person und der Verbraucher für die Vertragsverhandlungen und den Vertragsschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt.

(2) Fernkommunikationsmittel im Sinne dieses Gesetzes sind alle Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags eingesetzt werden können, ohne dass die Vertragsparteien gleichzeitig körperlich anwesend sind, wie Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails, über den Mobilfunkdienst versendete Nachrichten (SMS) sowie Rundfunk und Telemedien.

§ 312d Informationspflichten

(1) Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher nach Maßgabe des Artikels 246a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche zu informieren. Die in Erfüllung dieser Pflicht gemachten Angaben des Unternehmers werden Inhalt des Vertrags, es sei denn, die Vertragsparteien haben ausdrücklich etwas anderes vereinbart.

(2) Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen ist der Unternehmer abweichend von Absatz 1 verpflichtet, den Verbraucher nach Maßgabe des Artikels 246b des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche zu informieren.

§ 312e Verletzung von Informationspflichten über Kosten

Der Unternehmer kann von dem Verbraucher Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und sonstige Kosten nur verlangen, soweit er den Verbraucher über diese Kosten entsprechend den Anforderungen aus § 312d Absatz 1 in Verbindung mit Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 4 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche informiert hat.

§ 312f Abschriften und Bestätigungen

…

(2) Bei Fernabsatzverträgen ist der Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags, in der der Vertragsinhalt wiedergegeben ist, innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens jedoch bei der Lieferung der Ware oder bevor mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen wird, auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Die Bestätigung nach Satz 1 muss die in Artikel 246a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche genannten Angaben enthalten, es sei denn, der Unternehmer hat dem Verbraucher diese Informationen bereits vor Vertragsschluss in Erfüllung seiner Informationspflichten nach § 312d Absatz 1 auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt.

(3) Bei Verträgen über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen Daten, die in digitaler Form hergestellt und bereitgestellt werden (digitale Inhalte), ist auf der Abschrift oder in der Bestätigung des Vertrags nach den Absätzen 1 und 2 gegebenenfalls auch festzuhalten, dass der Verbraucher vor Ausführung des Vertrags

1. ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, und

2. seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrags sein Widerrufsrecht verliert.

(4) Diese Vorschrift ist nicht anwendbar auf Verträge über Finanzdienstleistungen.

§ 312g Widerrufsrecht

(1) Dem Verbraucher steht bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen ein Widerrufsrecht gemäß § 355 zu.

(2) Das Widerrufsrecht besteht, soweit die Parteien nichts anderes vereinbart haben, nicht bei folgenden Verträgen:

1. Verträge zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind,

2. Verträge zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,

3. Verträge zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,

4. Verträge zur Lieferung von Waren, wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,

5. Verträge zur Lieferung alkoholischer Getränke, deren Preis bei Vertragsschluss vereinbart wurde, die aber frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat,

6. Verträge zur Lieferung von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,

7. Verträge zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen,

8. Verträge zur Lieferung von Waren oder zur Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich Finanzdienstleistungen, deren Preis von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Widerrufsfrist auftreten können, insbesondere Dienstleistungen im Zusammenhang mit Aktien, mit Anteilen an offenen Investmentvermögen im Sinne von § 1 Absatz 4 des Kapitalanlagegesetzbuchs und mit anderen handelbaren Wertpapieren, Devisen, Derivaten oder Geldmarktinstrumenten,

9. vorbehaltlich des Satzes 2 Verträge zur Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung zu anderen Zwecken als zu Wohnzwecken, Beförderung von Waren, Kraftfahrzeugvermietung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie zur Erbringung weiterer Dienstleistungen im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen, wenn der Vertrag für die Erbringung einen spezifischen Termin oder Zeitraum vorsieht,

10. Verträge, die im Rahmen einer Vermarktungsform geschlossen werden, bei der der Unternehmer Verbrauchern, die persönlich anwesend sind oder denen diese Möglichkeit gewährt wird, Waren oder Dienstleistungen anbietet, und zwar in einem vom Versteigerer durchgeführten, auf konkurrierenden Geboten basierenden transparenten Verfahren, bei dem der Bieter, der den Zuschlag erhalten hat, zum Erwerb der Waren oder Dienstleistungen verpflichtet ist (öffentlich zugängliche Versteigerung),

11. Verträge, bei denen der Verbraucher den Unternehmer ausdrücklich aufgefordert hat, ihn aufzusuchen, um dringende Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten vorzunehmen; dies gilt nicht hinsichtlich weiterer bei dem Besuch erbrachter Dienstleistungen, die der Verbraucher nicht ausdrücklich verlangt hat, oder hinsichtlich solcher bei dem Besuch gelieferter Waren, die bei der Instandhaltung oder Reparatur nicht unbedingt als Ersatzteile benötigt werden,

12. Verträge zur Erbringung von Wett- und Lotteriedienstleistungen, es sei denn, dass der Verbraucher seine Vertragserklärung telefonisch abgegeben hat oder der Vertrag außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen wurde, und

13. notariell beurkundete Verträge; dies gilt für Fernabsatzverträge über Finanzdienstleistungen nur, wenn der Notar bestätigt, dass die Rechte des Verbrauchers aus § 312d Absatz 2 gewahrt sind.

Die Ausnahme nach Satz 1 Nummer 9 gilt nicht für Verträge über Reiseleistungen nach § 651a, wenn diese außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen worden sind, es sei denn, die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Vertragsschluss beruht, sind auf vorhergehende Bestellung des Verbrauchers geführt worden.

(3) Das Widerrufsrecht besteht ferner nicht bei Verträgen, bei denen dem Verbraucher bereits auf Grund der §§ 495, 506 bis 512 ein Widerrufsrecht nach § 355 zusteht, und nicht bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, bei denen dem Verbraucher bereits nach § 305 Absatz 1 bis 6 des Kapitalanlagegesetzbuchs ein Widerrufsrecht zusteht.

§ 312h Kündigung und Vollmacht zur Kündigung

Wird zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher nach diesem Untertitel ein Dauerschuldverhältnis begründet, das ein zwischen dem Verbraucher und einem anderen Unternehmer bestehendes Dauerschuldverhältnis ersetzen soll, und wird anlässlich der Begründung des Dauerschuldverhältnisses von dem Verbraucher

1. die Kündigung des bestehenden Dauerschuldverhältnisses erklärt und der Unternehmer oder ein von ihm beauftragter Dritter zur Übermittlung der Kündigung an den bisherigen Vertragspartner des Verbrauchers beauftragt oder

2. der Unternehmer oder ein von ihm beauftragter Dritter zur Erklärung der Kündigung gegenüber dem bisherigen Vertragspartner des Verbrauchers bevollmächtigt,

bedarf die Kündigung des Verbrauchers oder die Vollmacht zur Kündigung der Textform.

§ 312i Allgemeine Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr

(1) Bedient sich ein Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen der Telemedien (Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr), hat er dem Kunden

1. angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann,

2. die in Artikel 246c des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen,

3. den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen und

4. die Möglichkeit zu verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.

Bestellung und Empfangsbestätigung im Sinne von Satz 1 Nummer 3 gelten als zugegangen, wenn die Parteien, für die sie bestimmt sind, sie unter gewöhnlichen Umständen abrufen können.

(2) Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 bis 3 ist nicht anzuwenden, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen wird. Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 bis 3 und Satz 2 ist nicht anzuwenden, wenn zwischen Vertragsparteien, die nicht Verbraucher sind, etwas anderes vereinbart wird.

(3) Weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt.

§ 312j Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern

(1) Auf Webseiten für den elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern hat der Unternehmer zusätzlich zu den Angaben nach § 312i Absatz 1 spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden.

(2) Bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand hat, muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen gemäß Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1, 4, 5, 11 und 12 des Einfüh-

rungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche, unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.

(3) Der Unternehmer hat die Bestellsituation bei einem Vertrag nach Absatz 2 so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche, ist die Pflicht des Unternehmers aus Satz 1 nur erfüllt, wenn diese Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist.

(4) Ein Vertrag nach Absatz 2 kommt nur zustande, wenn der Unternehmer seine Pflicht aus Absatz 3 erfüllt.

(5) Die Absätze 2 bis 4 sind nicht anzuwenden, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen wird. Die Pflichten aus den Absätzen 1 und 2 gelten weder für Webseiten, die Finanzdienstleistungen betreffen, noch für Verträge über Finanzdienstleistungen.

§ 312k Abweichende Vereinbarungen und Beweislast

(1) Von den Vorschriften dieses Untertitels darf, soweit nichts anderes bestimmt ist, nicht zum Nachteil des Verbrauchers oder Kunden abgewichen werden. Die Vorschriften dieses Untertitels finden, soweit nichts anderes bestimmt ist, auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

(2) Der Unternehmer trägt gegenüber dem Verbraucher die Beweislast für die Erfüllung der in diesem Untertitel geregelten Informationspflichten.

§ 355 Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen

(1) Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so sind der Verbraucher und der Unternehmer an ihre auf den Abschluss des Vertrags gerichteten Willenserklärungen nicht mehr gebunden, wenn der Verbraucher seine Willenserklärung fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf erfolgt durch Erklärung gegenüber dem Unternehmer. Aus der Erklärung muss der Entschluss des Verbrauchers zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgehen. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

(2) Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage. Sie beginnt mit Vertragsschluss, soweit nichts anderes bestimmt ist.

(3) Im Falle des Widerrufs sind die empfangenen Leistungen unverzüglich zurückzugewähren. Bestimmt das Gesetz eine Höchstfrist für die Rückgewähr, so beginnt diese für den Unternehmer mit dem Zugang und für den Verbraucher mit der Abgabe der Widerrufserklärung. Ein Verbraucher wahrt diese Frist durch die rechtzeitige Absendung der Waren. Der Unternehmer trägt bei Widerruf die Gefahr der Rücksendung der Waren.

§ 356 Widerrufsrecht bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen

(1) Der Unternehmer kann dem Verbraucher die Möglichkeit einräumen, das Muster-Widerrufsformular nach Anlage 2 zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche oder eine andere eindeutige Widerrufserklärung auf der Webseite des Unternehmers auszufüllen und zu übermitteln. Macht der Verbraucher von dieser Möglichkeit Gebrauch, muss der Unternehmer dem Verbraucher den Zugang des Widerrufs unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger bestätigen.

(2) Die Widerrufsfrist beginnt

1. bei einem Verbrauchsgüterkauf,

a) der nicht unter die Buchstaben b bis d fällt, sobald der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die Waren erhalten hat,

b) bei dem der Verbraucher mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat und die Waren getrennt geliefert werden, sobald der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die letzte Ware erhalten hat,

c) bei dem die Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken geliefert wird, sobald der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück erhalten hat,

d) der auf die regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum gerichtet ist, sobald der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die erste Ware erhalten hat,

2. bei einem Vertrag, der die nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge angebotene Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, die Lieferung von Fernwärme oder die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen digitalen Inhalten zum Gegenstand hat, mit Vertragsschluss.

(3) Die Widerrufsfrist beginnt nicht, bevor der Unternehmer den Verbraucher entsprechend den Anforderungen des Artikels 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 oder des Artikels 246b § 2 Absatz 1 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche unterrichtet hat. Das Widerrufsrecht erlischt spätestens zwölf Monate und 14 Tage nach dem in Absatz 2 oder § 355 Absatz 2 Satz 2 genannten Zeitpunkt. Satz 2 ist auf Verträge über Finanzdienstleistungen nicht anwendbar.

(4) Das Widerrufsrecht erlischt bei einem Vertrag zur Erbringung von Dienstleistungen auch dann, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat und mit der Ausführung der Dienstleistung erst begonnen hat, nachdem der Verbraucher dazu seine ausdrückliche Zustimmung gegeben hat und gleichzeitig seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert. Bei einem Vertrag über die Erbringung von Finanzdienstleistungen erlischt das Widerrufsrecht abweichend von Satz 1, wenn der Vertrag von beiden Seiten auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers vollständig erfüllt ist, bevor der Verbraucher sein Widerrufsrecht ausübt.

(5) Das Widerrufsrecht erlischt bei einem Vertrag über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen digitalen Inhalten auch dann, wenn der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags begonnen hat, nachdem der Verbraucher

1. ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, und

2. seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Vertrags sein Widerrufsrecht verliert.

§ 357 Rechtsfolgen des Widerrufs von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen

(1) Die empfangenen Leistungen sind spätestens nach 14 Tagen zurückzugewähren.

(2) Der Unternehmer muss auch etwaige Zahlungen des Verbrauchers für die Lieferung zurückgewähren. Dies gilt nicht, soweit dem Verbraucher zusätzliche Kosten entstan-

den sind, weil er sich für eine andere Art der Lieferung als die vom Unternehmer angebotene günstigste Standardlieferung entschieden hat.

(3) Für die Rückzahlung muss der Unternehmer dasselbe Zahlungsmittel verwenden, das der Verbraucher bei der Zahlung verwendet hat. Satz 1 gilt nicht, wenn ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist und dem Verbraucher dadurch keine Kosten entstehen.

(4) Bei einem Verbrauchsgüterkauf kann der Unternehmer die Rückzahlung verweigern, bis er die Waren zurückerhalten hat oder der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er die Waren abgesandt hat. Dies gilt nicht, wenn der Unternehmer angeboten hat, die Waren abzuholen.

(5) Der Verbraucher ist nicht verpflichtet, die empfangenen Waren zurückzusenden, wenn der Unternehmer angeboten hat, die Waren abzuholen.

(6) Der Verbraucher trägt die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren, wenn der Unternehmer den Verbraucher nach Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 2 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche von dieser Pflicht unterrichtet hat. Satz 1 gilt nicht, wenn der Unternehmer sich bereit erklärt hat, diese Kosten zu tragen. Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, bei denen die Waren zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses zur Wohnung des Verbrauchers geliefert worden sind, ist der Unternehmer verpflichtet, die Waren auf eigene Kosten abzuholen, wenn die Waren so beschaffen sind, dass sie nicht per Post zurückgesandt werden können.

(7) Der Verbraucher hat Wertersatz für einen Wertverlust der Ware zu leisten, wenn

1. der Wertverlust auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist, der zur Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Waren nicht notwendig war, und

2. der Unternehmer den Verbraucher nach Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche über sein Widerrufsrecht unterrichtet hat.

(8) Widerruft der Verbraucher einen Vertrag über die Erbringung von Dienstleistungen oder über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom in nicht bestimmten Mengen oder nicht begrenztem Volumen oder über die Lieferung von Fernwärme, so schuldet der Verbraucher dem Unternehmer Wertersatz für die bis zum Widerruf erbrachte Leistung, wenn

der Verbraucher von dem Unternehmer ausdrücklich verlangt hat, dass dieser mit der Leistung vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt. Der Anspruch aus Satz 1 besteht nur, wenn der Unternehmer den Verbraucher nach Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 und 3 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche ordnungsgemäß informiert hat. Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen besteht der Anspruch nach Satz 1 nur dann, wenn der Verbraucher sein Verlangen nach Satz 1 auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt hat. Bei der Berechnung des Wertersatzes ist der vereinbarte Gesamtpreis zu Grunde zu legen. Ist der vereinbarte Gesamtpreis unverhältnismäßig hoch, ist der Wertersatz auf der Grundlage des Marktwerts der erbrachten Leistung zu berechnen.

(9) Widerruft der Verbraucher einen Vertrag über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger befindlichen digitalen Inhalten, so hat er keinen Wertersatz zu leisten.

§ 361 Weitere Ansprüche, abweichende Vereinbarungen und Beweislast

(1) Über die Vorschriften dieses Untertitels hinaus bestehen keine weiteren Ansprüche gegen den Verbraucher infolge des Widerrufs.

(2) Von den Vorschriften dieses Untertitels darf, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht zum Nachteil des Verbrauchers abgewichen werden. Die Vorschriften dieses Untertitels finden, soweit nichts anderes bestimmt ist, auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

(3) Ist der Beginn der Widerrufsfrist streitig, so trifft die Beweislast den Unternehmer

§ 433 Vertragstypische Pflichten beim Kaufvertrag

(1) Durch den Kaufvertrag wird der Verkäufer einer Sache verpflichtet, dem Käufer die Sache zu übergeben und das Eigentum an der Sache zu verschaffen. Der Verkäufer hat dem Käufer die Sache frei von Sach- und Rechtsmängeln zu verschaffen.

(2) Der Käufer ist verpflichtet, dem Verkäufer den vereinbarten Kaufpreis zu zahlen und die gekaufte Sache abzunehmen.

§ 434 Sachmangel

(1) Die Sache ist frei von Sachmängeln, wenn sie bei Gefahrübergang die vereinbarte Beschaffenheit hat. Soweit die Beschaffenheit nicht vereinbart ist, ist die Sache frei von Sachmängeln,

1. wenn sie sich für die nach dem Vertrag vorausgesetzte Verwendung eignet, sonst

2. wenn sie sich für die gewöhnliche Verwendung eignet und eine Beschaffenheit aufweist, die bei Sachen der gleichen Art üblich ist und die der Käufer nach der Art der Sache erwarten kann.

Zu der Beschaffenheit nach Satz 2 Nr. 2 gehören auch Eigenschaften, die der Käufer nach den öffentlichen Äußerungen des Verkäufers, des Herstellers (§ 4 Abs. 1 und 2 des Produkthaftungsgesetzes) oder seines Gehilfen insbesondere in der Werbung oder bei der Kennzeichnung über bestimmte Eigenschaften der Sache erwarten kann, es sei denn, dass der Verkäufer die Äußerung nicht kannte und auch nicht kennen musste, dass sie im Zeitpunkt des Vertragsschlusses in gleichwertiger Weise berichtigt war oder dass sie die Kaufentscheidung nicht beeinflussen konnte.

(2) Ein Sachmangel ist auch dann gegeben, wenn die vereinbarte Montage durch den Verkäufer oder dessen Erfüllungsgehilfen unsachgemäß durchgeführt worden ist. Ein Sachmangel liegt bei einer zur Montage bestimmten Sache ferner vor, wenn die Montageanleitung mangelhaft ist, es sei denn, die Sache ist fehlerfrei montiert worden.

(3) Einem Sachmangel steht es gleich, wenn der Verkäufer eine andere Sache oder eine zu geringe Menge liefert.

§ 435 Rechtsmangel

Die Sache ist frei von Rechtsmängeln, wenn Dritte in Bezug auf die Sache keine oder nur die im Kaufvertrag übernommenen Rechte gegen den Käufer geltend machen können. Einem Rechtsmangel steht es gleich, wenn im Grundbuch ein Recht eingetragen ist, das nicht besteht.

§ 437 Rechte des Käufers bei Mängeln

Ist die Sache mangelhaft, kann der Käufer, wenn die Voraussetzungen der folgenden Vorschriften vorliegen und soweit nicht ein anderes bestimmt ist,

1. nach § 439 Nacherfüllung verlangen,

2. nach den §§ 440, 323 und 326 Abs. 5 von dem Vertrag zurücktreten oder nach § 441 den Kaufpreis mindern und

3. nach den §§ 440, 280, 281, 283 und 311a Schadensersatz oder nach § 284 Ersatz vergeblicher Aufwendungen verlangen.

§ 438 Verjährung der Mängelansprüche

(1) Die in § 437 Nr. 1 und 3 bezeichneten Ansprüche verjähren

1. in 30 Jahren, wenn der Mangel

a) in einem dinglichen Recht eines Dritten, auf Grund dessen Herausgabe der Kaufsache verlangt werden kann, oder

b) in einem sonstigen Recht, das im Grundbuch eingetragen ist,

besteht,

2. in fünf Jahren

a) bei einem Bauwerk und

b) bei einer Sache, die entsprechend ihrer üblichen Verwendungsweise für ein Bauwerk verwendet worden ist und dessen Mangelhaftigkeit verursacht hat, und

3. im Übrigen in zwei Jahren.

(2) Die Verjährung beginnt bei Grundstücken mit der Übergabe, im Übrigen mit der Ablieferung der Sache.

(3) Abweichend von Absatz 1 Nr. 2 und 3 und Absatz 2 verjähren die Ansprüche in der regelmäßigen Verjährungsfrist, wenn der Verkäufer den Mangel arglistig verschwiegen hat. Im Falle des Absatzes 1 Nr. 2 tritt die Verjährung jedoch nicht vor Ablauf der dort bestimmten Frist ein.

(4) Für das in § 437 bezeichnete Rücktrittsrecht gilt § 218. Der Käufer kann trotz einer Unwirksamkeit des Rücktritts nach § 218 Abs. 1 die Zahlung des Kaufpreises insoweit verweigern, als er auf Grund des Rücktritts dazu berechtigt sein würde. Macht er von diesem Recht Gebrauch, kann der Verkäufer vom Vertrag zurücktreten.

(5) Auf das in § 437 bezeichnete Minderungsrecht finden § 218 und Absatz 4 Satz 2 entsprechende Anwendung.

§ 439 Nacherfüllung

(1) Der Käufer kann als Nacherfüllung nach seiner Wahl die Beseitigung des Mangels oder die Lieferung einer mangelfreien Sache verlangen.

(2) Der Verkäufer hat die zum Zwecke der Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen, insbesondere Transport-, Wege-, Arbeits- und Materialkosten zu tragen.

(3) Der Verkäufer kann die vom Käufer gewählte Art der Nacherfüllung unbeschadet des § 275 Abs. 2 und 3 verweigern, wenn sie nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist. Dabei sind insbesondere der Wert der Sache in mangelfreiem Zustand, die Bedeutung des Mangels und die Frage zu berücksichtigen, ob auf die andere Art der Nacherfüllung ohne erhebliche Nachteile für den Käufer zurückgegriffen werden könnte. Der Anspruch des Käufers beschränkt sich in diesem Fall auf die andere Art der Nacherfüllung; das Recht des Verkäufers, auch diese unter den Voraussetzungen des Satzes 1 zu verweigern, bleibt unberührt.

(4) Liefert der Verkäufer zum Zwecke der Nacherfüllung eine mangelfreie Sache, so kann er vom Käufer Rückgewähr der mangelhaften Sache nach Maßgabe der §§ 346 bis 348 verlangen.

§ 440 Besondere Bestimmungen für Rücktritt und Schadensersatz

Außer in den Fällen des § 281 Abs. 2 und des § 323 Abs. 2 bedarf es der Fristsetzung auch dann nicht, wenn der Verkäufer beide Arten der Nacherfüllung gemäß § 439 Abs. 3 verweigert oder wenn die dem Käufer zustehende Art der Nacherfüllung fehlgeschlagen oder ihm unzumutbar ist. Eine Nachbesserung gilt nach dem erfolglosen zweiten Versuch als fehlgeschlagen, wenn sich nicht insbesondere aus der Art der Sache oder des Mangels oder den sonstigen Umständen etwas anderes ergibt.

§ 441 Minderung

(1) Statt zurückzutreten, kann der Käufer den Kaufpreis durch Erklärung gegenüber dem Verkäufer mindern. Der Ausschlussgrund des § 323 Abs. 5 Satz 2 findet keine Anwendung.

(2) Sind auf der Seite des Käufers oder auf der Seite des Verkäufers mehrere beteiligt, so kann die Minderung nur von allen oder gegen alle erklärt werden.

(3) Bei der Minderung ist der Kaufpreis in dem Verhältnis herabzusetzen, in welchem zur Zeit des Vertragsschlusses der Wert der Sache in mangelfreiem Zustand zu dem wirklichen Wert gestanden haben würde. Die Minderung ist, soweit erforderlich, durch Schätzung zu ermitteln.

(4) Hat der Käufer mehr als den geminderten Kaufpreis gezahlt, so ist der Mehrbetrag vom Verkäufer zu erstatten. § 346 Abs. 1 und § 347 Abs. 1 finden entsprechende Anwendung.

§ 442 Kenntnis des Käufers

(1) Die Rechte des Käufers wegen eines Mangels sind ausgeschlossen, wenn er bei Vertragsschluss den Mangel kennt. Ist dem Käufer ein Mangel infolge grober Fahrlässigkeit unbekannt geblieben, kann der Käufer Rechte wegen dieses Mangels nur geltend machen, wenn der Verkäufer den Mangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen hat.

(2) Ein im Grundbuch eingetragenes Recht hat der Verkäufer zu beseitigen, auch wenn es der Käufer kennt.

§ 443 Garantie

(1) Geht der Verkäufer, der Hersteller oder ein sonstiger Dritter in einer Erklärung oder einschlägigen Werbung, die vor oder bei Abschluss des Kaufvertrags verfügbar war, zusätzlich zu der gesetzlichen Mängelhaftung insbesondere die Verpflichtung ein, den Kaufpreis zu erstatten, die Sache auszutauschen, nachzubessern oder in ihrem Zusammenhang Dienstleistungen zu erbringen, falls die Sache nicht diejenige Beschaffenheit aufweist oder andere als die Mängelfreiheit betreffende Anforderungen nicht erfüllt, die in der Erklärung oder einschlägigen Werbung beschrieben sind (Garantie), stehen dem Käufer im Garantiefall unbeschadet der gesetzlichen Ansprüche die Rechte aus der Garantie gegenüber demjenigen zu, der die Garantie gegeben hat (Garantiegeber).

(2) Soweit der Garantiegeber eine Garantie dafür übernommen hat, dass die Sache für eine bestimmte Dauer eine bestimmte Beschaffenheit behält (Haltbarkeitsgarantie), wird vermutet, dass ein während ihrer Geltungsdauer auftretender Sachmangel die Rechte aus der Garantie begründet.

§ 444 Haftungsausschluss

Auf eine Vereinbarung, durch welche die Rechte des Käufers wegen eines Mangels ausgeschlossen oder beschränkt werden, kann sich der Verkäufer nicht berufen, soweit er den Mangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen hat.

§ 446 Gefahr- und Lastenübergang

Mit der Übergabe der verkauften Sache geht die Gefahr des zufälligen Untergangs und der zufälligen Verschlechterung auf den Käufer über. Von der Übergabe an gebühren dem Käufer die Nutzungen und trägt er die Lasten der Sache. Der Übergabe steht es gleich, wenn der Käufer im Verzug der Annahme ist.

§ 447 Gefahrübergang beim Versendungskauf

(1) Versendet der Verkäufer auf Verlangen des Käufers die verkaufte Sache nach einem anderen Ort als dem Erfüllungsort, so geht die Gefahr auf den Käufer über, sobald der Verkäufer die Sache dem Spediteur, dem Frachtführer oder der sonst zur Ausführung der Versendung bestimmten Person oder Anstalt ausgeliefert hat.

(2) Hat der Käufer eine besondere Anweisung über die Art der Versendung erteilt und weicht der Verkäufer ohne dringenden Grund von der Anweisung ab, so ist der Verkäufer dem Käufer für den daraus entstehenden Schaden verantwortlich.

§ 448 Kosten der Übergabe und vergleichbare Kosten

(1) Der Verkäufer trägt die Kosten der Übergabe der Sache, der Käufer die Kosten der Abnahme und der Versendung der Sache nach einem anderen Ort als dem Erfüllungsort.

(2) Der Käufer eines Grundstücks trägt die Kosten der Beurkundung des Kaufvertrags und der Auflassung, der Eintragung ins Grundbuch und der zu der Eintragung erforderlichen Erklärungen.

§ 449 Eigentumsvorbehalt

(1) Hat sich der Verkäufer einer beweglichen Sache das Eigentum bis zur Zahlung des Kaufpreises vorbehalten, so ist im Zweifel anzunehmen, dass das Eigentum unter der aufschiebenden Bedingung vollständiger Zahlung des Kaufpreises übertragen wird (Eigentumsvorbehalt).

(2) Auf Grund des Eigentumsvorbehalts kann der Verkäufer die Sache nur herausverlangen, wenn er vom Vertrag zurückgetreten ist.

(3) Die Vereinbarung eines Eigentumsvorbehalts ist nichtig, soweit der Eigentumsübergang davon abhängig gemacht wird, dass der Käufer Forderungen eines Dritten, insbesondere eines mit dem Verkäufer verbundenen Unternehmens, erfüllt.

§ 474 Begriff des Verbrauchsgüterkaufs; anwendbare Vorschriften

(1) Verbrauchsgüterkäufe sind Verträge, durch die ein Verbraucher von einem Unternehmer eine bewegliche Sache kauft. Um einen Verbrauchsgüterkauf handelt es sich auch bei einem Vertrag, der neben dem Verkauf einer beweglichen Sache die Erbringung einer Dienstleistung durch den Unternehmer zum Gegenstand hat.

(2) Für den Verbrauchsgüterkauf gelten ergänzend die folgenden Vorschriften dieses Untertitels. Dies gilt nicht für gebrauchte Sachen, die in einer öffentlich zugänglichen Versteigerung verkauft werden, an der der Verbraucher persönlich teilnehmen kann.

(3) Ist eine Zeit für die nach § 433 zu erbringenden Leistungen weder bestimmt noch aus den Umständen zu entnehmen, so kann der Gläubiger diese Leistungen abweichend von § 271 Absatz 1 nur unverzüglich verlangen. Der Unternehmer muss die Sache in diesem Fall spätestens 30 Tage nach Vertragsschluss übergeben. Die Vertragsparteien können die Leistungen sofort bewirken.

(4) § 447 Absatz 1 gilt mit der Maßgabe, dass die Gefahr des zufälligen Untergangs und der zufälligen Verschlechterung nur dann auf den Käufer übergeht, wenn der Käufer den Spediteur, den Frachtführer oder die sonst zur Ausführung der Versendung bestimmte Person oder Anstalt mit der Ausführung beauftragt hat und der Unternehmer dem Käufer diese Person oder Anstalt nicht zuvor benannt hat.

(5) Auf die in diesem Untertitel geregelten Kaufverträge ist § 439 Absatz 4 mit der Maßgabe anzuwenden, dass Nutzungen nicht herauszugeben oder durch ihren Wert zu ersetzen sind. Die §§ 445 und 447 Absatz 2 sind nicht anzuwenden.

§ 475 Abweichende Vereinbarungen

(1) Auf eine vor Mitteilung eines Mangels an den Unternehmer getroffene Vereinbarung, die zum Nachteil des Verbrauchers von den §§ 433 bis 435, 437, 439 bis 443 sowie von den Vorschriften dieses Untertitels abweicht, kann der Unternehmer sich nicht berufen. Die in Satz 1 bezeichneten Vorschriften finden auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

(2) Die Verjährung der in § 437 bezeichneten Ansprüche kann vor Mitteilung eines Mangels an den Unternehmer nicht durch Rechtsgeschäft erleichtert werden, wenn die Vereinbarung zu einer Verjährungsfrist ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn von weniger als zwei Jahren, bei gebrauchten Sachen von weniger als einem Jahr führt.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten unbeschadet der §§ 307 bis 309 nicht für den Ausschluss oder die Beschränkung des Anspruchs auf Schadensersatz.

§ 476 Beweislastumkehr

Zeigt sich innerhalb von sechs Monaten seit Gefahrübergang ein Sachmangel, so wird vermutet, dass die Sache bereits bei Gefahrübergang mangelhaft war, es sei denn, diese Vermutung ist mit der Art der Sache oder des Mangels unvereinbar.

§ 477 Sonderbestimmungen für Garantien

(1) Eine Garantieerklärung (§ 443) muss einfach und verständlich abgefasst sein. Sie muss enthalten

1. den Hinweis auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers sowie darauf, dass sie durch die Garantie nicht eingeschränkt werden und

2. den Inhalt der Garantie und alle wesentlichen Angaben, die für die Geltendmachung der Garantie erforderlich sind, insbesondere die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes sowie Namen und Anschrift des Garantiegebers.

(2) Der Verbraucher kann verlangen, dass ihm die Garantieerklärung in Textform mitgeteilt wird.

(3) Die Wirksamkeit der Garantieverpflichtung wird nicht dadurch berührt, dass eine der vorstehenden Anforderungen nicht erfüllt wird.

2. Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) – Auszug

Art. 246a Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen

§ 1 Informationspflichten

(1) Der Unternehmer ist nach § 312d Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs verpflichtet, dem Verbraucher folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

1. die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang,

2. seine Identität, beispielsweise seinen Handelsnamen sowie die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, seine Telefonnummer und gegebenenfalls seine Telefaxnummer und E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt,

3. zusätzlich zu den Angaben gemäß Nummer 2 die Geschäftsanschrift des Unternehmers und gegebenenfalls die Anschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt, an die sich der

Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, falls diese Anschrift von der Anschrift unter Nummer 2 abweicht,

4. den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können,

5. im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags den Gesamtpreis; dieser umfasst die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten und, wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten; wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben,

6. die Kosten für den Einsatz des für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittels, sofern dem Verbraucher Kosten berechnet werden, die über die Kosten für die bloße Nutzung des Fernkommunikationsmittels hinausgehen,

7. die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem der Unternehmer die Waren liefern oder die Dienstleistung erbringen muss, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden,

8. das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für die Waren,

9. gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien,

10. gegebenenfalls bestehende einschlägige Verhaltenskodizes gemäß Artikel 2 Buchstabe f der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22) und wie Exemplare davon erhalten werden können,

11. gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,

12. gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,

13. gegebenenfalls die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen,

14. gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,

15. gegebenenfalls, soweit wesentlich, Beschränkungen der Interoperabilität und der Kompatibilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese Beschränkungen dem Unternehmer bekannt sind oder bekannt sein müssen, und

16. gegebenenfalls, dass der Verbraucher ein außergerichtliches Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, nutzen kann, und dessen Zugangsvoraussetzungen.

Wird der Vertrag im Rahmen einer öffentlich zugänglichen Versteigerung geschlossen, können anstelle der Angaben nach Satz 1 Nummer 2 und 3 die entsprechenden Angaben des Versteigerers zur Verfügung gestellt werden.

(2) Steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht nach § 312g Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs zu, ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher zu informieren

1. über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts nach § 355 Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs sowie das Muster-Widerrufsformular in der Anlage 2,

2. gegebenenfalls darüber, dass der Verbraucher im Widerrufsfall die Kosten für die Rücksendung der Waren zu tragen hat, und bei Fernabsatzverträgen zusätzlich über die Kosten für die Rücksendung der Waren, wenn die Waren auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht auf dem normalen Postweg zurückgesendet werden können, und

3. darüber, dass der Verbraucher dem Unternehmer bei einem Vertrag über die Erbringung von Dienstleistungen oder über die nicht in einem bestimmten Volumen oder in einer bestimmten Menge vereinbarte Lieferung von Wasser, Gas, Strom oder die Lieferung von Fernwärme einen angemessenen Betrag nach § 357 Absatz 8 des Bürgerlichen Gesetzbuchs für die vom Unternehmer erbrachte Leistung schuldet, wenn der Verbraucher das Widerrufsrecht ausübt, nachdem er auf Aufforderung des Unternehmers von diesem ausdrücklich den Beginn der Leistung vor Ablauf der Widerrufsfrist verlangt hat.

Der Unternehmer kann diese Informationspflichten dadurch erfüllen, dass er das in der Anlage 1 vorgesehene Muster für die Widerrufsbelehrung zutreffend ausgefüllt in Textform übermittelt.

(3) Der Unternehmer hat den Verbraucher auch zu informieren, wenn

1. dem Verbraucher nach § 312g Absatz 2 Satz 1 Nummer 1, 2, 5 und 7 bis 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs ein Widerrufsrecht nicht zusteht, dass der Verbraucher seine Willenserklärung nicht widerrufen kann, oder

2. das Widerrufsrecht des Verbrauchers nach § 312g Absatz 2 Satz 1 Nummer 3, 4 und 6 sowie § 356 Absatz 4 und 5 des Bürgerlichen Gesetzbuchs vorzeitig erlöschen kann, über die Umstände, unter denen der Verbraucher ein zunächst bestehendes Widerrufsrecht verliert.

…

§ 3 Erleichterte Informationspflichten bei begrenzter Darstellungsmöglichkeit

Soll ein Fernabsatzvertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen werden, das nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit für die dem Verbraucher zu erteilenden Informationen bietet, ist der Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher mittels dieses Fernkommunikationsmittels zumindest folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

1. die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen,

2. die Identität des Unternehmers,

3. den Gesamtpreis oder in den Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung,

4. gegebenenfalls das Bestehen eines Widerrufsrechts und

5. gegebenenfalls die Vertragslaufzeit und die Bedingungen für die Kündigung eines Dauerschuldverhältnisses.

Die weiteren Angaben nach § 1 hat der Unternehmer dem Verbraucher in geeigneter Weise unter Beachtung von § 4 Absatz 3 zugänglich zu machen.

§ 4 Formale Anforderungen an die Erfüllung der Informationspflichten

(1) Der Unternehmer muss dem Verbraucher die Informationen nach den §§ 1 bis 3 vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen.

(2) Bei einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag muss der Unternehmer die Informationen auf Papier oder, wenn der Verbraucher zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger zur Verfügung stellen. Die Informationen müssen lesbar sein. Die Person des erklärenden Unternehmers muss genannt sein. Der Unternehmer kann die Informationen nach § 2 Absatz 2 in anderer Form zur Verfügung stellen, wenn sich der Verbraucher hiermit ausdrücklich einverstanden erklärt hat.

(3) Bei einem Fernabsatzvertrag muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise zur Verfügung stellen. Soweit die Informationen auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt werden, müssen sie lesbar sein, und die Person des erklärenden Unternehmers muss genannt sein. Abweichend von Satz 1 kann der Unternehmer dem Verbraucher die in § 3 Satz 2 genannten Informationen in geeigneter Weise zugänglich machen.

Artikel 246c Informationspflichten bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr

Bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr muss der Unternehmer den Kunden unterrichten

1. über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen,

2. darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist,

3. darüber, wie er mit den nach § 312i Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs zur Verfügung gestellten technischen Mitteln Eingabefehler vor Abgabe der Vertragserklärung erkennen und berichtigen kann,

4. über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen und

5. über sämtliche einschlägigen Verhaltenskodizes, denen sich der Unternehmer unterwirft, sowie über die Möglichkeit eines elektronischen Zugangs zu diesen Regelwerken.

3. Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) – Auszug

§ 3a Datenvermeidung und Datensparsamkeit

Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten und die Auswahl und Gestaltung von Datenverarbeitungssystemen sind an dem Ziel auszurichten, so wenig personenbezogene Daten wie möglich zu erheben, zu verarbeiten oder zu nutzen. Insbesondere sind personenbezogene Daten zu anonymisieren, soweit dies nach dem Verwendungszweck möglich ist und keinen im Verhältnis zu dem angestrebten Schutzzweck unverhältnismäßigen Aufwand erfordert.

§ 4 Zulässigkeit der Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung

(1) Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sind nur zulässig, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift dies erlaubt oder anordnet oder der Betroffene eingewilligt hat.

(2) Personenbezogene Daten sind beim Betroffenen zu erheben. Ohne seine Mitwirkung dürfen sie nur erhoben werden, wenn

1. eine Rechtsvorschrift dies vorsieht oder zwingend voraussetzt oder

2. a) die zu erfüllende Verwaltungsaufgabe ihrer Art nach oder der Geschäftszweck eine Erhebung bei anderen Personen oder Stellen erforderlich macht oder

b) die Erhebung beim Betroffenen einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern würde und keine Anhaltspunkte dafür bestehen, dass überwiegende schutzwürdige Interessen des Betroffenen beeinträchtigt werden.

(3) Werden personenbezogene Daten beim Betroffenen erhoben, so ist er, sofern er nicht bereits auf andere Weise Kenntnis erlangt hat, von der verantwortlichen Stelle über

1. die Identität der verantwortlichen Stelle,

2. die Zweckbestimmungen der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung und

3. die Kategorien von Empfängern nur, soweit der Betroffene nach den Umständen des Einzelfalles nicht mit der Übermittlung an diese rechnen muss,

zu unterrichten. Werden personenbezogene Daten beim Betroffenen aufgrund einer Rechtsvorschrift erhoben, die zur Auskunft verpflichtet, oder ist die Erteilung der Auskunft Voraussetzung für die Gewährung von Rechtsvorteilen, so ist der Betroffene hierauf, sonst auf die Freiwilligkeit seiner Angaben hinzuweisen. Soweit nach den Umständen des Einzelfalles erforderlich oder auf Verlangen, ist er über die Rechtsvorschrift und über die Folgen der Verweigerung von Angaben aufzuklären.

§ 4a Einwilligung

(1) Die Einwilligung ist nur wirksam, wenn sie auf der freien Entscheidung des Betroffenen beruht. Er ist auf den vorgesehenen Zweck der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung sowie, soweit nach den Umständen des Einzelfalles erforderlich oder auf Verlangen, auf die Folgen der Verweigerung der Einwilligung hinzuweisen. Die Einwilligung bedarf der Schriftform, soweit nicht wegen besonderer Umstände eine andere Form angemessen ist. Soll die Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen schriftlich erteilt werden, ist sie besonders hervorzuheben.

(2) Im Bereich der wissenschaftlichen Forschung liegt ein besonderer Umstand im Sinne von Absatz 1 Satz 3 auch dann vor, wenn durch die Schriftform der bestimmte Forschungszweck erheblich beeinträchtigt würde. In diesem Fall sind der Hinweis nach Absatz 1 Satz 2 und die Gründe, aus denen sich die erhebliche Beeinträchtigung des bestimmten Forschungszwecks ergibt, schriftlich festzuhalten.

(3) Soweit besondere Arten personenbezogener Daten (§ 3 Abs. 9) erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, muss sich die Einwilligung darüber hinaus ausdrücklich auf diese Daten beziehen.

§ 9 Technische und organisatorische Maßnahmen

Öffentliche und nicht-öffentliche Stellen, die selbst oder im Auftrag personenbezogene Daten erheben, verarbeiten oder nutzen, haben die technischen und organisatorischen Maßnahmen zu treffen, die erforderlich sind, um die Ausführung der Vorschriften dieses Gesetzes, insbesondere die in der Anlage zu diesem Gesetz genannten Anforderungen, zu gewährleisten. Erforderlich sind Maßnahmen nur, wenn ihr Aufwand in einem angemessenen Verhältnis zu dem angestrebten Schutzzweck steht.

§ 28 Datenerhebung und –speicherung für eigene Geschäftszwecke

(1) Das Erheben, Speichern, Verändern oder Übermitteln personenbezogener Daten oder ihre Nutzung als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke ist zulässig

1. wenn es für die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Schuldverhältnisses mit dem Betroffenen erforderlich ist

2. soweit es zur Wahrung berechtigter Interessen der verantwortlichen Stelle erforderlich ist und kein Grund zu der Annahme besteht, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung überwiegt, oder

3. wenn die Daten allgemein zugänglich sind oder die verantwortliche Stelle sie veröffentlichen dürfte, es sei denn, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung gegenüber dem berechtigten Interesse der verantwortlichen Stelle offensichtlich überwiegt.

Bei der Erhebung personenbezogener Daten sind die Zwecke, für die die Daten verarbeitet oder genutzt werden sollen, konkret festzulegen.

(2) Die Übermittlung oder Nutzung für einen anderen Zweck ist zulässig:

1. unter den Voraussetzungen des Absatzes 1 Satz 1 Nummer 2 oder Nummer 3,

2. soweit es erforderlich ist

a) zur Wahrung berechtigter Interessen eines Dritten oder

b) zur Abwehr von Gefahren für die staatliche oder öffentliche Sicherheit oder zur Verfolgung von Straftaten

und kein Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Übermittlung oder Nutzung hat,

oder

3. wenn es im Interesse einer Forschungseinrichtung zur Durchführung wissenschaftlicher Forschung erforderlich ist, das wissenschaftliche Interessen an der Durchführung des Forschungsvorhabens das Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Zweckänderung erheblich überwiegt und der Zweck der Forschung auf andere Weise nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand erreicht werden kann.

(3) Die Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten für Zwecke des Adresshandels oder der Werbung ist zulässig, soweit der Betroffene eingewilligt hat und im Falle einer nicht schriftlich erteilten Einwilligung die verantwortliche Stelle nach Absatz 3a verfährt. Darüber hinaus ist die Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten zulässig, soweit es sich um listenmäßig oder sonst zusammengefasste Daten über Angehörige einer Personengruppe handelt, die sich auf die Zugehörigkeit des Betroffenen zu dieser Personengruppe, seine Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung, seinen Namen, Titel, akademischen Grad, seine Anschrift und sein Geburtsjahr beschränken, und die Verarbeitung oder Nutzung erforderlich ist

1. für Zwecke der Werbung für eigene Angebote der verantwortlichen Stelle, die diese Daten mit Ausnahme der Angaben zur Gruppenzugehörigkeit beim Betroffenen nach Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 oder aus allgemein zugänglichen Adress-, Rufnummern-, Branchen- oder vergleichbaren Verzeichnissen erhoben hat,

2. für Zwecke der Werbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit des Betroffenen und unter seiner beruflichen Anschrift oder

3. für Zwecke der Werbung für Spenden, die nach § 10b Absatz 1 und § 34g des Einkommensteuergesetzes steuerbegünstigt sind.

Für Zwecke nach Satz 2 Nummer 1 darf die verantwortliche Stelle zu den dort genannten Daten weitere Daten hinzuspeichern. Zusammengefasste personenbezogene Daten nach Satz 2 dürfen auch dann für Zwecke der Werbung übermittelt werden, wenn die Übermittlung nach Maßgabe des § 34 Absatz 1a Satz 1 gespeichert wird; in diesem Fall muss die Stelle, die die Daten erstmalig erhoben hat, aus der Werbung eindeutig hervorgehen. Unabhängig vom Vorliegen der Voraussetzungen des Satzes 2 dürfen personenbezogene Daten für Zwecke der Werbung für fremde Angebote genutzt werden, wenn für den Betroffenen bei der Ansprache zum Zwecke der Werbung die für die Nutzung der Daten verantwortliche Stelle eindeutig erkennbar ist. Eine Verarbeitung oder Nutzung nach den Sätzen 2 bis 4 ist nur zulässig, soweit schutzwürdige Interessen des Betroffenen nicht entgegenstehen. Nach den Sätzen 1, 2 und 4 übermittelte Daten dürfen nur für den Zweck verarbeitet oder genutzt werden, für den sie übermittelt worden sind.

(3a) Wird die Einwilligung nach § 4a Absatz 1 Satz 3 in anderer Form als der Schriftform erteilt, hat die verantwortliche Stelle dem Betroffenen den Inhalt der Einwilligung schriftlich zu bestätigen, es sei denn, dass die Einwilligung elektronisch erklärt wird und die verantwortliche Stelle sicherstellt, dass die Einwilligung protokolliert wird und der Betroffene deren Inhalt jederzeit abrufen und die Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann. Soll die Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen schriftlich erteilt werden, ist sie in drucktechnisch deutlicher Gestaltung besonders hervorzuheben.

(3b) Die verantwortliche Stelle darf den Abschluss eines Vertrags nicht von einer Einwilligung des Betroffenen nach Absatz 3 Satz 1 abhängig machen, wenn dem Betroffenen ein anderer Zugang zu gleichwertigen vertraglichen Leistungen ohne die Einwilligung nicht oder nicht in zumutbarer Weise möglich ist. Eine unter solchen Umständen erteilte Einwilligung ist unwirksam.

(4) Widerspricht der Betroffene bei der verantwortlichen Stelle der Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten für Zwecke der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung, ist eine Verarbeitung oder Nutzung für diese Zwecke unzulässig. Der Betroffene ist bei der Ansprache zum Zweck der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung und in den Fällen des Absatzes 1 Satz 1 Nummer 1 auch bei Begründung des rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Schuldverhältnisses über die verantwortliche Stelle sowie über das Widerspruchsrecht nach Satz 1 zu unterrichten; soweit der Ansprechende personenbezogene Daten des Betroffenen nutzt, die bei einer ihm nicht bekannten Stelle gespeichert sind, hat er auch sicherzustellen, dass der Betroffene Kenntnis über die Herkunft der Daten erhalten kann. Widerspricht der Betroffene bei dem Dritten, dem die Daten im Rahmen der Zwecke nach Absatz 3 übermittelt worden sind, der Verarbeitung oder Nutzung für Zwecke der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung, hat dieser die Daten für diese Zwecke zu sperren. In den Fällen des Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 darf für den Widerspruch keine strengere Form verlangt werden als für die Begründung des rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Schuldverhältnisses.

(5) Der Dritte, dem die Daten übermittelt worden sind, darf diese nur für den Zweck verarbeiten oder nutzen, zu dessen Erfüllung sie ihm übermittelt werden. Eine Verarbeitung oder Nutzung für andere Zwecke ist nicht-öffentlichen Stellen nur unter den Voraussetzungen der Absätze 2 und 3 und öffentlichen Stellen nur unter den Voraussetzungen des § 14 Abs. 2 erlaubt. Die übermittelnde Stelle hat ihn darauf hinzuweisen.

§28a Datenübermittlung an Auskunfteien

(1) Die Übermittlung personenbezogener Daten über eine Forderung an Auskunfteien ist nur zulässig, soweit die geschuldete Leistung trotz Fälligkeit nicht erbracht worden ist, die Übermittlung zur Wahrung berechtigter Interessen der verantwortlichen Stelle oder eines Dritten erforderlich ist und

1. die Forderung durch ein rechtskräftiges oder für vorläufig vollstreckbar erklärtes Urteil festgestellt worden ist oder ein Schuldtitel nach § 794 der Zivilprozessordnung vorliegt,

2. die Forderung nach § 178 der Insolvenzordnung festgestellt und nicht vom Schuldner im Prüfungstermin bestritten worden ist,

3. der Betroffene die Forderung ausdrücklich anerkannt hat,

4. a) der Betroffene nach Eintritt der Fälligkeit der Forderung mindestens zweimal schriftlich gemahnt worden ist,

b) zwischen der ersten Mahnung und der Übermittlung mindestens vier Wochen liegen,

c) die verantwortliche Stelle den Betroffenen rechtzeitig vor der Übermittlung der Angaben, jedoch frühestens bei der ersten Mahnung über die bevorstehende Übermittlung unterrichtet hat und

d) der Betroffene die Forderung nicht bestritten hat oder

5. das der Forderung zugrunde liegende Vertragsverhältnis aufgrund von Zahlungsrückständen fristlos gekündigt werden kann und die verantwortliche Stelle den Betroffenen über die bevorstehende Übermittlung unterrichtet hat.

Satz 1 gilt entsprechend, wenn die verantwortliche Stelle selbst die Daten nach § 29 verwendet.

(2) Zur zukünftigen Übermittlung nach § 29 Abs. 2 dürfen Kreditinstitute personenbezogene Daten über die Begründung, ordnungsgemäße Durchführung und Beendigung eines Vertragsverhältnisses betreffend ein Bankgeschäft nach § 1 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2, 8 oder Nr. 9 des Kreditwesengesetzes an Auskunfteien übermitteln, es sei denn, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Übermittlung gegenüber dem Interesse der Auskunftei an der Kenntnis der Daten offensichtlich überwiegt. Der Betroffene ist vor Abschluss des Vertrages hierüber zu unterrichten. Satz 1 gilt nicht für Giroverträge, die die Einrichtung eines Kontos ohne Überziehungsmöglichkeit zum Gegenstand haben. Zur zukünftigen Übermittlung nach § 29 Abs. 2 ist die Übermittlung von Daten über Verhaltensweisen des Betroffenen, die im Rahmen eines vorvertraglichen Vertrauensverhältnisses der Herstellung von Markttransparenz dienen, an Auskunfteien auch mit Einwilligung des Betroffenen unzulässig.

(3) Nachträgliche Änderungen der einer Übermittlung nach Absatz 1 oder Absatz 2 zugrunde liegenden Tatsachen hat die verantwortliche Stelle der Auskunftei innerhalb von einem Monat nach Kenntniserlangung mitzuteilen, solange die ursprünglich übermittelten Daten bei der Auskunftei gespeichert sind. Die Auskunftei hat die übermittelnde Stelle über die Löschung der ursprünglich übermittelten Daten zu unterrichten.

§ 28b Scoring

Zum Zwecke der Entscheidung über die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines Vertragsverhältnisses mit dem Betroffenen darf ein Wahrscheinlichkeitswert für ein bestimmtes zukünftiges Verhalten des Betroffenen erhoben oder verwendet werden, wenn

1. die zur Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts genutzten Daten unter Zugrundelegung eines wissenschaftlich anerkannten mathematisch-statistischen Verfahrens nachweisbar für die Berechnung der Wahrscheinlichkeit des bestimmten Verhaltens erheblich sind;

2. im Falle der Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts durch eine Auskunftei die Voraussetzungen für eine Übermittlung der genutzten Daten nach § 29 und in allen anderen Fällen die Voraussetzungen einer zulässigen Nutzung der Daten nach § 28 vorliegen;

3. für die Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts nicht ausschließlich Anschriftendaten genutzt werden,

4. im Falle der Nutzung von Anschriftendaten der Betroffene vor Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts über die vorgesehene Nutzung dieser Daten unterrichtet worden ist; die Unterrichtung ist zu dokumentieren.

§ 33 Benachrichtigung des Betroffenen

(1) Werden erstmals personenbezogene Daten für eigene Zwecke ohne Kenntnis des Betroffenen gespeichert, ist der Betroffene von der Speicherung, der Art der Daten, der Zweckbestimmung der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung und der Identität der verantwortlichen Stelle zu benachrichtigen. Werden personenbezogene Daten geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung ohne Kenntnis des Betroffenen gespeichert, ist der Betroffene von der erstmaligen Übermittlung und der Art der übermittelten Daten zu benachrichtigen. Der Betroffene ist in den Fällen der Sätze 1 und 2 auch über die Kategorien von Empfängern zu unterrichten, soweit er nach den Umständen des Einzelfalles nicht mit der Übermittlung an diese rechnen muss.

§ 34 Auskunft an den Betroffenen

(1) Die verantwortliche Stelle hat dem Betroffenen auf Verlangen Auskunft zu erteilen über

1. die zu seiner Person gespeicherten Daten, auch soweit sie sich auf die Herkunft dieser Daten beziehen,

2. den Empfänger oder die Kategorien von Empfängern, an die Daten weitergegeben werden und

3. den Zweck der Speicherung.

Der Betroffene soll die Art der personenbezogenen Daten, über die Auskunft erteilt werden soll, näher bezeichnen. Werden die personenbezogenen Daten geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung gespeichert, ist Auskunft über die Herkunft und die Empfänger auch dann zu erteilen, wenn diese Angaben nicht gespeichert sind. Die Auskunft über die Herkunft und die Empfänger kann verweigert werden, soweit das Interesse an der Wahrung des Geschäftsgeheimnisses gegenüber dem Informationsinteresse des Betroffenen überwiegt.

(1a) Im Fall des § 28 Absatz 3 Satz 4 hat die übermittelnde Stelle die Herkunft der Daten und den Empfänger für die Dauer von zwei Jahren nach der Übermittlung zu speichern und dem Betroffenen auf Verlangen Auskunft über die Herkunft der Daten und den Empfänger zu erteilen. Satz 1 gilt entsprechend für den Empfänger.

(2) Im Fall des § 28b hat die für die Entscheidung verantwortliche Stelle dem Betroffenen auf Verlangen Auskunft zu erteilen über

1. die innerhalb der letzten sechs Monate vor dem Zugang des Auskunftsverlangens erhobenen oder erstmalig gespeicherten Wahrscheinlichkeitswerte,

2. die zur Berechnung der Wahrscheinlichkeitswerte genutzten Datenarten und

3. das Zustandekommen und die Bedeutung der Wahrscheinlichkeitswerte einzelfallbezogen und nachvollziehbar in allgemein verständlicher Form.

Satz 1 gilt entsprechend, wenn die für die Entscheidung verantwortliche Stelle

1. die zur Berechnung der Wahrscheinlichkeitswerte genutzten Daten ohne Personenbezug speichert, den Personenbezug aber bei der Berechnung herstellt oder

2. bei einer anderen Stelle gespeicherte Daten nutzt.

Hat eine andere als die für die Entscheidung verantwortliche Stelle

1. den Wahrscheinlichkeitswert oder

2. einen Bestandteil des Wahrscheinlichkeitswerts

berechnet, hat sie die insoweit zur Erfüllung der Auskunftsansprüche nach den Sätzen 1 und 2 erforderlichen Angaben auf Verlangen der für die Entscheidung verantwortlichen Stelle an diese zu übermitteln. Im Falle des Satzes 3 Nr. 1 hat die für die Entscheidung verantwortliche Stelle den Betroffenen zur Geltendmachung seiner Auskunftsansprüche unter Angabe des Namens und der Anschrift der anderen Stelle sowie der zur Bezeichnung des Einzelfalls notwendigen Angaben unverzüglich an diese zu verweisen, soweit sie die Auskunft nicht selbst erteilt. In diesem Fall hat die andere Stelle, die den Wahrscheinlichkeitswert berechnet hat, die Auskunftsansprüche nach den Sätzen 1 und 2 gegenüber dem Betroffenen unentgeltlich zu erfüllen. Die Pflicht der für die Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts verantwortlichen Stelle nach Satz 3 entfällt, soweit die für die Entscheidung verantwortliche Stelle von ihrem Recht nach Satz 4 Gebrauch macht.

(3) Eine Stelle, die geschäftsmäßig personenbezogene Daten zum Zwecke der Übermittlung speichert, hat dem Betroffenen auf Verlangen Auskunft über die zu seiner Person gespeicherten Daten zu erteilen, auch wenn sie weder automatisiert verarbeitet werden noch in einer nicht automatisierten Datei gespeichert sind. Dem Betroffenen ist auch Auskunft zu erteilen über Daten, die

1. gegenwärtig noch keinen Personenbezug aufweisen, bei denen ein solcher aber im Zusammenhang mit der Auskunftserteilung von der verantwortlichen Stelle hergestellt werden soll,

2. die verantwortliche Stelle nicht speichert, aber zum Zweck der Auskunftserteilung nutzt.

Die Auskunft über die Herkunft und die Empfänger kann verweigert werden, soweit das Interesse an der Wahrung des Geschäftsgeheimnisses gegenüber dem Informationsinteresse des Betroffenen überwiegt.

(4) Eine Stelle, die geschäftsmäßig personenbezogene Daten zum Zweck der Übermittlung erhebt, speichert oder verändert, hat dem Betroffenen auf Verlangen Auskunft zu erteilen über

1. die innerhalb der letzten zwölf Monate vor dem Zugang des Auskunftsverlangens übermittelten Wahrscheinlichkeitswerte für ein bestimmtes zukünftiges Verhalten des Betroffenen sowie die Namen und letztbekannten Anschriften der Dritten, an die die Werte übermittelt worden sind,

2. die Wahrscheinlichkeitswerte, die sich zum Zeitpunkt des Auskunftsverlangens nach den von der Stelle zur Berechnung angewandten Verfahren ergeben,

3. die zur Berechnung der Wahrscheinlichkeitswerte nach den Nummern 1 und 2 genutzten Datenarten sowie

4. das Zustandekommen und die Bedeutung der Wahrscheinlichkeitswerte einzelfallbezogen und nachvollziehbar in allgemein verständlicher Form.

Satz 1 gilt entsprechend, wenn die verantwortliche Stelle

1. die zur Berechnung des Wahrscheinlichkeitswerts genutzten Daten ohne Personenbezug speichert, den Personenbezug aber bei der Berechnung herstellt oder

2. bei einer anderen Stelle gespeicherte Daten nutzt.

(5) Die nach den Absätzen 1a bis 4 zum Zweck der Auskunftserteilung an den Betroffenen gespeicherten Daten dürfen nur für diesen Zweck sowie für Zwecke der Datenschutzkontrolle verwendet werden; für andere Zwecke sind sie zu sperren.

(6) Die Auskunft ist auf Verlangen in Textform zu erteilen, soweit nicht wegen der besonderen Umstände eine andere Form der Auskunftserteilung angemessen ist.

(7) Eine Pflicht zur Auskunftserteilung besteht nicht, wenn der Betroffene nach § 33 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2, 3 und 5 bis 7 nicht zu benachrichtigen ist.

(8) Die Auskunft ist unentgeltlich. Werden die personenbezogenen Daten geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung gespeichert, kann der Betroffene einmal je Kalenderjahr eine unentgeltliche Auskunft in Textform verlangen. Für jede weitere Auskunft kann ein Entgelt verlangt werden, wenn der Betroffene die Auskunft gegenüber Dritten zu wirtschaftlichen Zwecken nutzen kann. Das Entgelt darf über die durch die Auskunftserteilung entstandenen unmittelbar zurechenbaren Kosten nicht hinausgehen. Ein Entgelt kann nicht verlangt werden, wenn

1. besondere Umstände die Annahme rechtfertigen, dass Daten unrichtig oder unzulässig gespeichert werden, oder

2. die Auskunft ergibt, dass die Daten nach § 35 Abs. 1 zu berichtigen oder nach § 35 Abs. 2 Satz 2 Nr. 1 zu löschen sind.

(9) Ist die Auskunftserteilung nicht unentgeltlich, ist dem Betroffenen die Möglichkeit zu geben, sich im Rahmen seines Auskunftsanspruchs persönlich Kenntnis über die ihn betreffenden Daten zu verschaffen. Er ist hierauf hinzuweisen.

§ 35 Berichtigung, Löschung und Sperrung von Daten

(1) Personenbezogene Daten sind zu berichtigen, wenn sie unrichtig sind. Geschätzte Daten sind als solche deutlich zu kennzeichnen.

(2) Personenbezogene Daten können außer in den Fällen des Absatzes 3 Nr. 1 und 2 jederzeit gelöscht werden. Personenbezogene Daten sind zu löschen, wenn

1. ihre Speicherung unzulässig ist,

2. es sich um Daten über die rassische oder ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit, Sexualleben, strafbare Handlungen oder Ordnungswidrigkeiten handelt und ihre Richtigkeit von der verantwortlichen Stelle nicht bewiesen werden kann,

3. sie für eigene Zwecke verarbeitet werden, sobald ihre Kenntnis für die Erfüllung des Zwecks der Speicherung nicht mehr erforderlich ist, oder

4. sie geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung verarbeitet werden und eine Prüfung jeweils am Ende des vierten, soweit es sich um Daten über erledigte Sachverhalte handelt und der Betroffene der Löschung nicht widerspricht, am Ende des dritten Kalenderjahres beginnend mit dem Kalenderjahr, das der erstmaligen Speicherung folgt, ergibt, dass eine längerwährende Speicherung nicht erforderlich ist.

Personenbezogene Daten, die auf der Grundlage von § 28a Abs. 2 Satz 1 oder § 29 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 gespeichert werden, sind nach Beendigung des Vertrages auch zu löschen, wenn der Betroffene dies verlangt

(3) An die Stelle einer Löschung tritt eine Sperrung, soweit

1. im Fall des Absatzes 2 Satz 2 Nr. 3 einer Löschung gesetzliche, satzungsmäßige oder vertragliche Aufbewahrungsfristen entgegenstehen,

2. Grund zu der Annahme besteht, dass durch eine Löschung schutzwürdige Interessen des Betroffenen beeinträchtigt würden, oder

3. eine Löschung wegen der besonderen Art der Speicherung nicht oder nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand möglich ist.

(4) Personenbezogene Daten sind ferner zu sperren, soweit ihre Richtigkeit vom Betroffenen bestritten wird und sich weder die Richtigkeit noch die Unrichtigkeit feststellen lässt.

(4a) Die Tatsache der Sperrung darf nicht übermittelt werden.

(5) Personenbezogene Daten dürfen nicht für eine automatisierte Verarbeitung oder Verarbeitung in nicht automatisierten Dateien erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, soweit der Betroffene dieser bei der verantwortlichen Stelle widerspricht und eine Prüfung ergibt, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen wegen seiner besonderen persönlichen Situation das Interesse der verantwortlichen Stelle an dieser Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung überwiegt. Satz 1 gilt nicht, wenn eine Rechtsvorschrift zur Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung verpflichtet.

(6) Personenbezogene Daten, die unrichtig sind oder deren Richtigkeit bestritten wird, müssen bei der geschäftsmäßigen Datenspeicherung zum Zweck der Übermittlung außer in den Fällen des Absatzes 2 Nr. 2 nicht berichtigt, gesperrt oder gelöscht werden, wenn sie aus allgemein zugänglichen Quellen entnommen und zu Dokumentationszwecken gespeichert sind. Auf Verlangen des Betroffenen ist diesen Daten für die Dauer der Speicherung seine Gegendarstellung beizufügen. Die Daten dürfen nicht ohne diese Gegendarstellung übermittelt werden.

(7) Von der Berichtigung unrichtiger Daten, der Sperrung bestrittener Daten sowie der Löschung oder Sperrung wegen Unzulässigkeit der Speicherung sind die Stellen zu verständigen, denen im Rahmen einer Datenübermittlung diese Daten zur Speicherung weitergegeben wurden, wenn dies keinen unverhältnismäßigen Aufwand erfordert und schutzwürdige Interessen des Betroffenen nicht entgegenstehen.

(8) Gesperrte Daten dürfen ohne Einwilligung des Betroffenen nur übermittelt oder genutzt werden, wenn

1. es zu wissenschaftlichen Zwecken, zur Behebung einer bestehenden Beweisnot oder aus sonstigen im überwiegenden Interesse der verantwortlichen Stelle oder eines Dritten liegenden Gründen unerläßlich ist und

2. die Daten hierfür übermittelt oder genutzt werden dürften, wenn sie nicht gesperrt wären.

§ 43 Bußgeldvorschriften

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 4d Abs. 1, auch in Verbindung mit § 4e Satz 2, eine Meldung nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig macht,

2. entgegen § 4f Abs. 1 Satz 1 oder 2, jeweils auch in Verbindung mit Satz 3 und 6, einen Beauftragten für den Datenschutz nicht, nicht in der vorgeschriebenen Weise oder nicht rechtzeitig bestellt,

2a. entgegen § 10 Absatz 4 Satz 3 nicht gewährleistet, dass die Datenübermittlung festgestellt und überprüft werden kann,

2b. entgegen § 11 Absatz 2 Satz 2 einen Auftrag nicht richtig, nicht vollständig oder nicht in der vorgeschriebenen Weise erteilt oder entgegen § 11 Absatz 2 Satz 4 sich nicht vor Beginn der Datenverarbeitung von der Einhaltung der beim Auftragnehmer getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen überzeugt,

3. entgegen § 28 Abs. 4 Satz 2 den Betroffenen nicht, nicht richtig oder nicht rechtzeitig unterrichtet oder nicht sicherstellt, dass der Betroffene Kenntnis erhalten kann,

3a. entgegen § 28 Absatz 4 Satz 4 eine strengere Form verlangt,

4. entgegen § 28 Abs. 5 Satz 2 personenbezogene Daten übermittelt oder nutzt,

4a. entgegen § 28a Abs. 3 Satz 1 eine Mitteilung nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig macht,

5. entgegen § 29 Abs. 2 Satz 3 oder 4 die dort bezeichneten Gründe oder die Art und Weise ihrer glaubhaften Darlegung nicht aufzeichnet,

6. entgegen § 29 Abs. 3 Satz 1 personenbezogene Daten in elektronische oder gedruckte Adress-, Rufnummern-, Branchen- oder vergleichbare Verzeichnisse aufnimmt,

7. entgegen § 29 Abs. 3 Satz 2 die Übernahme von Kennzeichnungen nicht sicherstellt,

7a. entgegen § 29 Abs. 6 ein Auskunftsverlangen nicht richtig behandelt,

7b. entgegen § 29 Abs. 7 Satz 1 einen Verbraucher nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig unterrichtet,

8. entgegen § 33 Abs. 1 den Betroffenen nicht, nicht richtig oder nicht vollständig benachrichtigt,

8a. entgegen § 34 Absatz 1 Satz 1, auch in Verbindung mit Satz 3, entgegen § 34 Absatz 1a, entgegen § 34 Absatz 2 Satz 1, auch in Verbindung mit Satz 2, oder entgegen § 34 Absatz 2 Satz 5, Absatz 3 Satz 1 oder Satz 2 oder Absatz 4 Satz 1, auch in Verbindung mit Satz 2, eine Auskunft nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig erteilt oder entgegen § 34 Absatz 1a Daten nicht speichert,

8b. entgegen § 34 Abs. 2 Satz 3 Angaben nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig übermittelt,

8c. entgegen § 34 Abs. 2 Satz 4 den Betroffenen nicht oder nicht rechtzeitig an die andere Stelle verweist,

9. entgegen § 35 Abs. 6 Satz 3 Daten ohne Gegendarstellung übermittelt,

10. entgegen § 38 Abs. 3 Satz 1 oder Abs. 4 Satz 1 eine Auskunft nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig erteilt oder eine Maßnahme nicht duldet oder

11. einer vollziehbaren Anordnung nach § 38 Abs. 5 Satz 1 zuwiderhandelt.

(2) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, erhebt oder verarbeitet,

2. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, zum Abruf mittels automatisierten Verfahrens bereithält,

3. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, abruft oder sich oder einem anderen aus automatisierten Verarbeitungen oder nicht automatisierten Dateien verschafft,

4. die Übermittlung von personenbezogenen Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, durch unrichtige Angaben erschleicht,

5. entgegen § 16 Abs. 4 Satz 1, § 28 Abs. 5 Satz 1, auch in Verbindung mit § 29 Abs. 4, § 39 Abs. 1 Satz 1 oder § 40 Abs. 1, die übermittelten Daten für andere Zwecke nutzt,

5a. entgegen § 28 Absatz 3b den Abschluss eines Vertrages von der Einwilligung des Betroffenen abhängig macht,

5b. entgegen § 28 Absatz 4 Satz 1 Daten für die Zwecke der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung verarbeitet oder nutzt,

6. entgegen § 30 Absatz 1 Satz 2, § 30 a Absatz 3 Satz 3 oder § 40 Absatz 2 Satz 3 ein dort genanntes Merkmal mit einer Einzelangabe zusammengeführt oder

7. entgegen § 42a Satz 1 eine Mitteilung nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig macht.

(3) Die Ordnungswidrigkeit kann im Fall des Absatzes 1 mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro, in den Fällen des Absatzes 2 mit einer Geldbuße bis zu dreihunderttausend Euro geahndet werden. Die Geldbuße soll den wirtschaftlichen Vorteil, den der Täter aus der Ordnungswidrigkeit gezogen hat, übersteigen. Reichen die in Satz 1 genannten Beträge hierfür nicht aus, so können sie überschritten werden.

§ 44 Strafvorschriften

(1) Wer eine in § 43 Abs. 2 bezeichnete vorsätzliche Handlung gegen Entgelt oder in der Absicht, sich oder einen anderen zu bereichern oder einen anderen zu schädigen, begeht, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt, Antragsberechtigt sind der Betroffene, die verantwortliche Stelle, die oder der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Aufsichtsbehörde.

4. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) - Auszug

§ 1 Zweck des Gesetzes

Dieses Gesetz dient dem Schutz der Mitbewerber, der Verbraucherinnen und Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmer vor unlauteren geschäftlichen Handlungen. Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb.

§ 2 Definitionen

(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. "geschäftliche Handlung" jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt; als Waren gelten auch Grundstücke, als Dienstleistungen auch Rechte und Verpflichtungen;

2. "Marktteilnehmer" neben Mitbewerbern und Verbrauchern alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind;

3. "Mitbewerber" jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht;

4. "Nachricht" jede Information, die zwischen einer endlichen Zahl von Beteiligten über einen öffentlich zugänglichen elektronischen Kommunikationsdienst ausgetauscht oder weitergeleitet wird; dies schließt nicht Informationen ein, die als Teil eines Rundfunkdienstes über ein elektronisches Kommunikationsnetz an die Öffentlichkeit weitergeleitet werden, soweit die Informationen nicht mit dem identifizierbaren Teilnehmer oder Nutzer, der sie erhält, in Verbindung gebracht werden können;

5. "Verhaltenskodex" Vereinbarungen oder Vorschriften über das Verhalten von Unternehmern, zu welchem diese sich in Bezug auf Wirtschaftszweige oder einzelne geschäftliche Handlungen verpflichtet haben, ohne dass sich solche Verpflichtungen aus Gesetzes- oder Verwaltungsvorschriften ergeben;

6. "Unternehmer" jede natürliche oder juristische Person, die geschäftliche Handlungen im Rahmen ihrer gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit vornimmt, und jede Person, die im Namen oder Auftrag einer solchen Person handelt;

7. "fachliche Sorgfalt" der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, von dem billigerweise angenommen werden kann, dass ein Unternehmer ihn in seinem Tätigkeitsbereich gegenüber Verbrauchern nach Treu und Glauben unter Berücksichtigung der Marktgepflogenheiten einhält.

(2) Für den Verbraucherbegriff gilt § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs entsprechend.

§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig, wenn sie geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen.

(2) Geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern sind jedenfalls dann unzulässig, wenn sie nicht der für den Unternehmer geltenden fachlichen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, die Fähigkeit des Verbrauchers, sich auf Grund von Informationen zu entscheiden, spürbar zu beeinträchtigen und ihn damit zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Dabei ist auf den durchschnittlichen Verbraucher oder, wenn sich die geschäftliche Handlung an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern wendet, auf ein durchschnittliches Mitglied dieser Gruppe abzustellen. Auf die Sicht eines durchschnittlichen Mitglieds einer auf Grund von geistigen oder körperlichen Gebrechen, Alter oder Leichtgläubigkeit besonders schutzbedürftigen und eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern ist abzustellen, wenn für den Unternehmer vorhersehbar ist, dass seine geschäftliche Handlung nur diese Gruppe betrifft.

(3) Die im Anhang dieses Gesetzes aufgeführten geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern sind stets unzulässig.

§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen

Unlauter handelt insbesondere, wer

1. geschäftliche Handlungen vornimmt, die geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck, in menschenverachtender Weise oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss zu beeinträchtigen;

2. geschäftliche Handlungen vornimmt, die geeignet sind, geistige oder körperliche Gebrechen, das Alter, die geschäftliche Unerfahrenheit, die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage von Verbrauchern auszunutzen;

3. den Werbecharakter von geschäftliche Handlungen verschleiert;

4. bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt;

5. bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angibt;

6. die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel von dem Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig macht, es sei denn, das Preisausschreiben oder Gewinnspiel ist naturgemäß mit der Ware oder der Dienstleistung verbunden;

7. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft;

8. über die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen eines Mitbewerbers oder über den Unternehmer oder ein

Mitglied der Unternehmensleitung Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Unternehmers zu schädigen, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind; handelt es sich um vertrauliche Mitteilungen und hat der Mitteilende oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse, so ist die Handlung nur dann unlauter, wenn die Tatsachen der Wahrheit zuwider behauptet oder verbreitet wurden;

9. Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er

a) eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,

b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder

c) die für die Nachahmung erforderlichen Kenntnisse oder Unterlagen unredlich erlangt hat;

10. Mitbewerber gezielt behindert;

11. einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;

2. den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, oder die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird;

3. die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers wie Identität, Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums, den Umfang von Verpflichtungen, Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen, Auszeichnungen oder Ehrungen, Beweggründe für die geschäftliche Handlung oder die Art des Vertriebs;

4. Aussagen oder Symbole, die im Zusammenhang mit direktem oder indirektem Sponsoring stehen oder sich auf eine Zulassung des Unternehmers oder der Waren oder Dienstleistungen beziehen;

5. die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur;

6. die Einhaltung eines Verhaltenskodexes, auf den sich der Unternehmer verbindlich verpflichtet hat, wenn er auf diese Bindung hinweist, oder

7. Rechte des Verbrauchers, insbesondere solche auf Grund von Garantieversprechen oder Gewährleistungsrechte bei Leistungsstörungen.

(2) Eine geschäftliche Handlung ist auch irreführend, wenn sie im Zusammenhang mit der Vermarktung von Waren oder Dienstleistungen einschließlich vergleichender Werbung eine Verwechslungsgefahr mit einer anderen Ware oder Dienstleistung oder mit der Marke oder einem anderen Kennzeichen eines Mitbewerbers hervorruft.

(3) Angaben im Sinne von Absatz 1 Satz 2 sind auch Angaben im Rahmen vergleichender Werbung sowie bildliche Darstellungen und sonstige Veranstaltungen, die darauf zielen und geeignet sind, solche Angaben zu ersetzen.

(4) Es wird vermutet, dass es irreführend ist, mit der Herabsetzung eines Preises zu werben, sofern der Preis nur für eine unangemessen kurze Zeit gefordert worden ist. Ist streitig, ob und in welchem Zeitraum der Preis gefordert worden ist, so trifft die Beweislast denjenigen, der mit der Preisherabsetzung geworben hat.

§ 5a Irreführung durch Unterlassen

(1) Bei der Beurteilung, ob das Verschweigen einer Tatsache irreführend ist, sind insbesondere deren Bedeutung für die geschäftliche Entscheidung nach der Verkehrsauffassung sowie die Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung zu berücksichtigen.

(2) Unlauter handelt, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern im Sinne des § 3 Abs. 2 dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels wesentlich ist.

(3) Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten folgende Informationen als wesentlich im Sinne des Absatzes 2, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben:

1. alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem dieser und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang;

2. die Identität und Anschrift des Unternehmers, gegebenenfalls die Identität und Anschrift des Unternehmers, für den er handelt;

3. der Gesamtpreis oder in Fällen, in denen ein solcher Preis auf Grund der Beschaffenheit der Ware oder Dienstleistung nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- und Zustellkosten oder in Fällen, in denen diese Kosten nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können;

4. Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen sowie Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, soweit sie von Erfordernissen der fachlichen Sorgfalt abweichen, und

5. das Bestehen eines Rechts zum Rücktritt oder Widerruf.

(4) Als wesentlich im Sinne des Absatzes 2 gelten auch Informationen, die dem Verbraucher auf Grund gemeinschaftsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung gemeinschaftsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

§ 6 Vergleichende Werbung

(1) Vergleichende Werbung ist jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.

(2) Unlauter handelt, wer vergleichend wirbt, wenn der Vergleich

1. sich nicht auf Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung bezieht,

2. nicht objektiv auf eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften oder den Preis dieser Waren oder Dienstleistungen bezogen ist,

3. im geschäftlichen Verkehr zu einer Gefahr von Verwechslungen zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den von diesen angebotenen Waren oder Dienstleistungen oder den von ihnen verwendeten Kennzeichen führt,

4. den Ruf des von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt,

5. die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft oder

6. eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer unter einem geschützten Kennzeichen vertriebenen Ware oder Dienstleistung darstellt.

§ 7 Unzumutbare Belästigungen

(1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.

(2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen

1. bei Werbung unter Verwendung eines in den Nummern 2 und 3 nicht aufgeführten, für den Fernabsatz geeigneten Mittels der kommerziellen Kommunikation, durch die ein Verbraucher hartnäckig angesprochen wird, obwohl er dies erkennbar nicht wünscht;

2. bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung,

3. bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt, oder

4. bei Werbung mit einer Nachricht, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

(3) Abweichend von Absatz 2 Nr. 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn

1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,

2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,

3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und

4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

(4) bei Werbung mit einer Nachricht,

a) bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder

b) bei der gegen § 6 Absatz 1 des Telemediengesetzes verstoßen wird oder in der der Empfänger aufgefordert wird, eine Website aufzurufen, die gegen diese Vorschriften verstößt, oder

c) bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

§ 8 Beseitigung und Unterlassung

(1) Wer eine nach § 3 oder § 7 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, kann auf Beseitigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Der Anspruch auf Unterlassung besteht bereits dann, wenn eine derartige Zuwiderhandlung gegen § 3 oder § 7 droht.

(2) Werden die Zuwiderhandlungen in einem Unternehmen von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen, so sind der Unterlassungsanspruch und der Beseitigungsanspruch auch gegen den Inhaber des Unternehmens begründet.

(3) Die Ansprüche aus Absatz 1 stehen zu:

1. jedem Mitbewerber;

2. rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen und soweit die Zuwiderhandlung die Interessen ihrer Mitglieder berührt;

3. qualifizierten Einrichtungen, die nachweisen, dass sie in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagengesetzes oder in dem Verzeichnis der Kommission der Europäischen Gemeinschaften nach Artikel 4 der Richtlinie 98/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 1998 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. EG Nr. L 166 S. 51) eingetragen sind;

4. den Industrie- und Handelskammern oder den Handwerkskammern.

(4) Die Geltendmachung der in Absatz 1 bezeichneten Ansprüche ist unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung der gesamten Umstände missbräuchlich ist, insbesondere wenn sie vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder Kosten der Rechtsverfolgung entstehen zu lassen. In diesen Fällen kann der Anspruchsgegner Ersatz der für seine Rechtsverteidigung erforderlichen Aufwendungen verlangen. Weiter gehende Ersatzansprüche bleiben unberührt.

(5) § 13 des Unterlassungsklagengesetzes ist entsprechend anzuwenden; in § 13 Abs. 1 und 3 Satz 2 des Unterlassungsklagengesetzes treten an die Stelle des Anspruchs gemäß § 1 oder § 2 des Unterlassungsklagengesetzes die Unterlassungsansprüche nach dieser Vorschrift. Im Übrigen findet das Unterlassungsklagengesetz keine Anwendung, es sei denn, es liegt ein Fall des § 4a des Unterlassungsklagengesetzes vor.

§ 9 Schadensersatz

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 oder § 7 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, ist den Mitbewerbern zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. Gegen verantwortliche Personen von periodischen Druckschriften kann der Anspruch auf Schadensersatz nur bei einer vorsätzlichen Zuwiderhandlung geltend gemacht werden.

§ 10 Gewinnabschöpfung

(1) Wer vorsätzlich eine nach § 3 oder § 7 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt und hierdurch zu Lasten einer Vielzahl von Abnehmern einen Gewinn erzielt, kann

von den gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten auf Herausgabe dieses Gewinns an den Bundeshaushalt in Anspruch genommen werden.

(2) Auf den Gewinn sind die Leistungen anzurechnen, die der Schuldner auf Grund der Zuwiderhandlung an Dritte oder an den Staat erbracht hat. Soweit der Schuldner solche Leistungen erst nach Erfüllung des Anspruchs nach Absatz 1 erbracht hat, erstattet die zuständige Stelle des Bundes dem Schuldner den abgeführten Gewinn in Höhe der nachgewiesenen Zahlungen zurück.

(3) Beanspruchen mehrere Gläubiger den Gewinn, so gelten die §§ 428 bis 430 des Bürgerlichen Gesetzbuchs entsprechend.

(4) Die Gläubiger haben der zuständigen Stelle des Bundes über die Geltendmachung von Ansprüchen nach Absatz 1 Auskunft zu erteilen. Sie können von der zuständigen Stelle des Bundes Erstattung der für die Geltendmachung des Anspruchs erforderlichen Aufwendungen verlangen, soweit sie vom Schuldner keinen Ausgleich erlangen können. Der Erstattungsanspruch ist auf die Höhe des an den Bundeshaushalt abgeführten Gewinns beschränkt.

(5) Zuständige Stelle im Sinn der Absätze 2 und 4 ist das Bundesamt für Justiz.

§ 11 Verjährung

(1) Die Ansprüche aus den §§ 8, 9 und 12 Abs. 1 Satz 2 verjähren in sechs Monaten.

(2) Die Verjährungsfrist beginnt, wenn

1. der Anspruch entstanden ist und

2. der Gläubiger von den Anspruch begründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangen müsste.

(3) Schadensersatzansprüche verjähren ohne Rücksicht auf die Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis in zehn Jahren von ihrer Entstehung, spätestens in 30 Jahren von der den Schaden auslösenden Handlung an.

(4) Andere Ansprüche verjähren ohne Rücksicht auf die Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis in drei Jahren von der Entstehung an.

§ 12 Anspruchsdurchsetzung, Veröffentlichungsbefugnis, Streitwertminderung

(1) Die zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten sollen den Schuldner vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen. Soweit die Abmahnung berechtigt ist, kann der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangt werden.

(2) Zur Sicherung der in diesem Gesetz bezeichneten Ansprüche auf Unterlassung können einstweilige Verfügungen auch ohne die Darlegung und Glaubhaftmachung der in den §§ 935 und 940 der Zivilprozessordnung bezeichneten Voraussetzungen erlassen werden.

(3) Ist auf Grund dieses Gesetzes Klage auf Unterlassung erhoben worden, so kann das Gericht der obsiegenden Partei die Befugnis zusprechen, das Urteil auf Kosten der unterliegenden Partei öffentlich bekannt zu machen, wenn sie ein berechtigtes Interesse dartut. Art und Umfang der Bekanntmachung werden im Urteil bestimmt. Die Befugnis erlischt, wenn von ihr nicht innerhalb von drei Monaten nach Eintritt der Rechtskraft Gebrauch gemacht worden ist. Der Ausspruch nach Satz 1 ist nicht vorläufig vollstreckbar.

(4) Macht eine Partei in Rechtsstreitigkeiten, in denen durch Klage ein Anspruch aus einem der in diesem Gesetz geregelten Rechtsverhältnisse geltend gemacht wird, glaubhaft, dass die Belastung mit den Prozesskosten nach dem vollen Streitwert ihre wirtschaftliche Lage erheblich gefährden würde, so kann das Gericht auf ihren Antrag anordnen, dass die Verpflichtung dieser Partei zur Zahlung von Gerichtskosten sich nach einem ihrer Wirtschaftslage angepassten Teil des Streitwerts bemisst. Die Anordnung hat zur Folge, dass

1. die begünstigte Partei die Gebühren ihres Rechtsanwalts ebenfalls nur nach diesem Teil des Streitwerts zu entrichten hat,

2. die begünstigte Partei, soweit ihr Kosten des Rechtsstreits auferlegt werden oder soweit sie diese übernimmt, die von dem Gegner entrichteten Gerichtsgebühren und die Gebühren seines Rechtsanwalts nur nach dem Teil des Streitwerts zu erstatten hat und

3. der Rechtsanwalt der begünstigten Partei, soweit die außergerichtlichen Kosten dem Gegner auferlegt oder von ihm übernommen werden, seine Gebühren von dem Gegner nach dem für diesen geltenden Streitwert beitreiben kann.

(5) Der Antrag nach Absatz 4 kann vor der Geschäftsstelle des Gerichts zur Niederschrift erklärt werden. Er ist vor der Verhandlung zur Hauptsache anzubringen. Danach ist er nur zulässig, wenn der angenommene oder festgesetzte Streitwert später durch das Gericht heraufgesetzt wird. Vor der Entscheidung über den Antrag ist der Gegner zu hören.

§ 13 Sachliche Zuständigkeit

(1) Für alle bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, mit denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, sind die Landgerichte ausschließlich zuständig. Es gilt § 95 Abs. 1 Nr. 5 des Gerichtsverfassungsgesetzes.

(2) Die Landesregierungen werden ermächtigt, durch Rechtsverordnung für die Bezirke mehrerer Landgerichte eines von ihnen als Gericht für Wettbewerbsstreitsachen zu bestimmen, wenn dies der Rechtspflege in Wettbewerbsstreitsachen, insbesondere der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung, dienlich ist. Die Landesregierungen können die Ermächtigung auf die Landesjustizverwaltungen übertragen.

§ 14 Örtliche Zuständigkeit

(1) Für Klagen auf Grund dieses Gesetzes ist das Gericht zuständig, in dessen Bezirk der Beklagte seine gewerbliche oder selbständige berufliche Niederlassung oder in Ermangelung einer solchen seinen Wohnsitz hat. Hat der Beklagte auch keinen Wohnsitz, so ist sein inländischer Aufenthaltsort maßgeblich.

(2) Für Klagen auf Grund dieses Gesetzes ist außerdem nur das Gericht zuständig, in dessen Bezirk die Handlung begangen ist. Satz 1 gilt für Klagen, die von den nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten erhoben werden, nur dann, wenn der Beklagte im Inland weder eine gewerbliche oder selbständige berufliche Niederlassung noch einen Wohnsitz hat.

Anhang (zu § 3 Abs. 3)

Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Abs. 3 sind

1. die unwahre Angabe eines Unternehmers, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodexes zu gehören;

2. die Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung;

3. die unwahre Angabe, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt;

4. die unwahre Angabe, ein Unternehmer, eine von ihm vorgenommene geschäftliche Handlung oder eine Ware oder Dienstleistung sei von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden, oder die unwahre Angabe, den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung werde entsprochen;

5. Waren- oder Dienstleistungsangebote im Sinne des § 5a Abs. 3 zu einem bestimmten Preis, wenn der Unternehmer nicht darüber aufklärt, dass er hinreichende Gründe für die Annahme hat, er werde nicht in der Lage sein, diese oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zum genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen (Lockangebote). Ist die Bevorratung kürzer als zwei Tage, obliegt es dem Unternehmer, die Angemessenheit nachzuweisen;

6. Waren- oder Dienstleistungsangebote im Sinne des § 5a Abs. 3 zu einem bestimmten Preis, wenn der Unternehmer sodann in der Absicht, stattdessen eine andere Ware oder Dienstleistung abzusetzen, eine fehlerhafte Ausführung der Ware oder Dienstleistung vorführt oder sich weigert zu zeigen, was er beworben hat, oder sich weigert, Bestellungen dafür anzunehmen oder die beworbene Leistung innerhalb einer vertretbaren Zeit zu erbringen;

7. die unwahre Angabe, bestimmte Waren oder Dienstleistungen seien allgemein oder zu bestimmten Bedingungen nur für einen sehr begrenzten Zeitraum verfügbar, um den Verbraucher zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, ohne dass dieser Zeit und Gelegenheit hat, sich auf Grund von Informationen zu entscheiden;

8. Kundendienstleistungen in einer anderen Sprache als derjenigen, in der die Verhandlungen vor dem Abschluss des Geschäfts geführt worden sind, wenn die ursprünglich verwendete Sprache nicht Amtssprache des Mitgliedstaats ist, in dem der Unternehmer niedergelassen ist; dies gilt nicht, soweit Verbraucher vor dem Abschluss des Geschäfts darüber aufgeklärt werden, dass diese Leistungen in einer anderen als der ursprünglich verwendeten Sprache erbracht werden;

9. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, eine Ware oder Dienstleistung sei verkehrsfähig;

10. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, gesetzlich bestehende Rechte stellten eine Besonderheit des Angebots dar;

11. der vom Unternehmer finanzierte Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung, ohne dass sich dieser Zusammenhang aus dem Inhalt oder aus der Art der optischen oder akustischen Darstellung eindeutig ergibt (als Information getarnte Werbung);

12. unwahre Angaben über Art und Ausmaß einer Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie für den Fall, dass er die angebotene Ware nicht erwirbt oder die angebotene Dienstleistung nicht in Anspruch nimmt;

13. Werbung für eine Ware oder Dienstleistung, die der Ware oder Dienstleistung eines Mitbewerbers ähnlich ist, wenn dies in der Absicht geschieht, über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu täuschen;

14. die Einführung, der Betrieb oder die Förderung eines Systems zur Verkaufsförderung, das den Eindruck vermittelt, allein oder hauptsächlich durch die Einführung weiterer Teilnehmer in das System könne eine Vergütung erlangt werden (Schneeball- oder Pyramidensystem);

15. die unwahre Angabe, der Unternehmer werde demnächst sein Geschäft aufgeben oder seine Geschäftsräume verlegen;

16. die Angabe, durch eine bestimmte Ware oder Dienstleistung ließen sich die Gewinnchancen bei einem Glücksspiel erhöhen;

17. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen oder werde ihn gewinnen oder werde durch eine bestimmte Handlung einen Preis gewinnen oder einen sonstigen Vorteil erlangen, wenn es einen solchen Preis oder Vorteil tatsächlich nicht gibt, oder wenn jedenfalls die Möglichkeit, einen Preis oder sonstigen Vorteil zu erlangen, von der Zahlung eines Geldbetrags oder der Übernahme von Kosten abhängig gemacht wird;

18. die unwahre Angabe, eine Ware oder Dienstleistung könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen;

19. eine unwahre Angabe über die Marktbedingungen oder Bezugsquellen, um den Verbraucher dazu zu bewegen, eine Ware oder Dienstleistung zu weniger günstigen Bedingungen als den allgemeinen Marktbedingungen abzunehmen oder in Anspruch zu nehmen;

20. das Angebot eines Wettbewerbs oder Preisausschreibens, wenn weder die in Aussicht gestellten Preise noch ein angemessenes Äquivalent vergeben werden;

21. das Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis", „umsonst", „kostenfrei" oder dergleichen, wenn hierfür gleichwohl Kosten zu tragen sind; dies gilt nicht für Kosten, die im Zusammenhang mit dem Eingehen auf das Waren- oder Dienstleistungsangebot oder für die Abholung oder Lieferung der Ware oder die Inanspruchnahme der Dienstleistung unvermeidbar sind;

22. die Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zahlungsaufforderung, wenn damit der unzutreffende Eindruck vermittelt wird, die beworbene Ware oder Dienstleistung sei bereits bestellt;

23. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Unternehmer sei Verbraucher oder nicht für Zwecke seines Geschäfts, Handels, Gewerbes oder Berufs tätig;

24. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, es sei im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union als dem des Warenverkaufs oder der Dienstleistung ein Kundendienst verfügbar;

25. das Erwecken des Eindrucks, der Verbraucher könne bestimmte Räumlichkeiten nicht ohne vorherigen Vertragsabschluss verlassen;

26. bei persönlichem Aufsuchen in der Wohnung die Nichtbeachtung einer Aufforderung des Besuchten, diese zu verlassen oder nicht zu ihr zurückzukehren, es sein denn, der Besuch ist zur rechtmäßigen Durchsetzung einer vertraglichen Verpflichtung gerechtfertigt;

27. Maßnahmen, durch die der Verbraucher von der Durchsetzung seiner vertraglichen Rechte aus einem Versicherungsverhältnis dadurch abgehalten werden soll, dass von ihm bei der Geltendmachung seines Anspruchs die Vorlage von Unterlagen verlangt wird, die zum Nachweis dieses Anspruchs nicht erforderlich sind, oder dass Schreiben zur Geltendmachung eines solchen Anspruchs systematisch nicht beantwortet werden;

28. die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen;

29. die Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Waren oder Dienstleistungen oder eine Aufforderung zur Rücksendung oder Aufbewahrung nicht bestellter Sachen, und

30. die ausdrückliche Angabe, dass der Arbeitsplatz oder Lebensunterhalt des Unternehmers gefährdet sei, wenn der Verbraucher die Ware oder Dienstleistung nicht abnehme.

5. Preisangabenverordnung (PAngV)

§ 1 Grundvorschriften

(1) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Gesamtpreise). Soweit es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht, sind auch die Verkaufs- oder Leistungseinheit und die Gütebezeichnung anzugeben, auf die sich die Preise beziehen. Auf die Bereitschaft, über den angegebenen Preis zu verhandeln, kann hingewiesen werden, soweit es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht und Rechtsvorschriften nicht entgegenstehen.

(2) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen zum Abschluss eines Fernabsatzvertrages anbietet, hat zusätzlich zu Absatz 1 und § 2 Abs. 2 anzugeben,

1. dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und

2. ob zusätzlich Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten anfallen.

Fallen zusätzliche Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten an, so ist deren Höhe anzugeben, soweit diese Kosten vernünftigerweise im Voraus berechnet werden können.

(3) Bei Leistungen können, soweit es üblich ist, abweichend von Absatz 1 Satz 1 Stundensätze, Kilometersätze und andere Verrechnungssätze angegeben werden, die alle Leistungselemente einschließlich der anteiligen Umsatzsteuer enthalten. Die Materialkosten können in die Verrechnungssätze einbezogen werden.

(4) Wird außer dem Entgelt für eine Ware oder Leistung eine rückerstattbare Sicherheit gefordert, so ist deren Höhe neben dem Preis für die Ware oder Leistung anzugeben und kein Gesamtbetrag zu bilden.

(5) Die Angabe von Preisen mit einem Änderungsvorbehalt ist abweichend von Absatz 1 Satz 1 nur zulässig

1. bei Waren oder Leistungen, für die Liefer- oder Leistungsfristen von mehr als vier Monaten bestehen, soweit zugleich die voraussichtlichen Liefer- und Leistungsfristen angegeben werden,

2. bei Waren oder Leistungen, die im Rahmen von Dauerschuldverhältnissen erbracht werden, oder

3. in Prospekten eines Reiseveranstalters über die von ihm veranstalteten Reisen, soweit der Reiseveranstalter gemäß § 4 Absatz 2 der BGB-Informationspflichten-Verordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. August 2002 (BGBl. I S. 3002), die zuletzt durch die Verordnung vom 23. Oktober 2008 (BGBl. I S. 2069) geändert worden ist, den Vorbehalt einer Preisanpassung in den Prospekt aufnehmen darf und er sich eine entsprechende Anpassung im Prospekt vorbehalten hat.

(6) Die Angaben nach dieser Verordnung müssen der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen. Wer zu Angaben nach dieser Verordnung verpflichtet ist, hat diese dem Angebot oder der Werbung eindeutig zuzuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar zu machen. Bei der Aufgliederung von Preisen sind die Gesamtpreise hervorzuheben.

§ 2 Grundpreis

(1) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, hat neben dem Gesamtpreis auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises gemäß Absatz 3 Satz 1, 2, 4 oder 5 anzugeben. Dies gilt auch für denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. Auf die Angabe des Grundpreises kann verzichtet werden, wenn dieser mit dem Gesamtpreis identisch ist.

(2) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise unverpackte Waren, die in deren Anwesenheit oder auf deren Veranlassung abgemessen werden (lose Ware), nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet oder als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat lediglich den Grundpreis gemäß Absatz 3 anzugeben.

(3) Die Mengeneinheit für den Grundpreis ist jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter der Ware. Bei Waren, deren Nenngewicht oder Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder Milliliter nicht übersteigt, dürfen als Mengeneinheit für den Grundpreis 100 Gramm oder Milliliter verwendet werden. Bei nach Gewicht oder nach Volumen angebotener loser Ware ist als Mengeneinheit für den Grundpreis entsprechend der allgemeinen Verkehrsauffassung entweder 1 Kilogramm oder 100 Gramm oder 1 Liter oder 100 Milliliter zu verwenden. Bei Waren, die üblicherweise in Mengen von 100 Liter und mehr, 50 Kilogramm und mehr oder 100 Metern und mehr abgegeben werden, ist für den Grundpreis die Mengeneinheit zu verwenden, die der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht. Bei Waren, bei denen das Abtropfgewicht anzugeben ist, ist der Grundpreis auf das angegebene Abtropfgewicht zu beziehen.

(4) Bei Haushaltswaschmitteln kann als Mengeneinheit für den Grundpreis eine übliche Anwendung verwendet werden. Dies gilt auch für Wasch- und Reinigungsmittel, sofern sie einzeln portioniert sind und die Zahl der Portionen zusätzlich zur Gesamtfüllmenge angegeben ist.

§ 4 Handel

(1) Waren, die in Schaufenstern, Schaukästen, innerhalb oder außerhalb des Verkaufsraumes auf Verkaufsständen oder in sonstiger Weise sichtbar ausgestellt werden, und Waren, die vom Verbraucher unmittelbar entnommen werden können, sind durch Preisschilder oder Beschriftung der Ware auszuzeichnen.

(2) Waren, die nicht unter den Voraussetzungen des Absatzes 1 im Verkaufsraum zum Verkauf bereitgehalten werden, sind entweder nach Absatz 1 auszuzeichnen oder dadurch, dass die Behältnisse oder Regale, in denen sich die Waren befinden, beschriftet werden oder dass Preisverzeichnisse angebracht oder zur Einsichtnahme aufgelegt werden.

(3) Waren, die nach Musterbüchern angeboten werden, sind dadurch auszuzeichnen, dass die Preise für die Verkaufseinheit auf den Mustern oder damit verbundenen Preisschildern oder Preisverzeichnissen angegeben werden.

(4) Waren, die nach Katalogen oder Warenlisten oder auf Bildschirmen angeboten werden, sind dadurch auszuzeichnen, dass die Preise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren oder in mit den Katalogen oder Warenlisten im Zusammenhang stehenden Preisverzeichnissen angegeben werden.

(5) Auf Angebote von Waren, deren Preise üblicherweise auf Grund von Tarifen oder Gebührenregelungen bemessen werden, ist § 5 Abs. 1 und 2 entsprechend anzuwenden.

§ 5 Leistungen

(1) Wer Leistungen anbietet, hat ein Preisverzeichnis mit den Preisen für seine wesentlichen Leistungen oder in den Fällen des § 1 Abs. 3 mit seinen Verrechnungssätzen aufzustellen. Dieses ist im Geschäftslokal oder am sonstigen Ort des Leistungsangebots und, sofern vorhanden, zusätzlich im Schaufenster oder Schaukasten anzubringen. Ort des Leistungsangebots ist auch die Bildschirmanzeige. Wird eine Leistung über Bildschirmanzeige erbracht und nach Einheiten berechnet, ist eine gesonderte Anzeige über den Preis der fortlaufenden Nutzung unentgeltlich anzubieten.

(2) Werden entsprechend der allgemeinen Verkehrsauffassung die Preise und Verrechnungssätze für sämtliche angebotenen Leistungen in Preisverzeichnisse aufgenommen, so sind diese zur Einsichtnahme am Ort des Leistungsangebots bereitzuhalten, wenn das Anbringen der Preisverzeichnisse wegen ihres Umfangs nicht zumutbar ist.

(3) Werden die Leistungen in Fachabteilungen von Handelsbetrieben angeboten, so genügt das Anbringen der Preisverzeichnisse in den Fachabteilungen.

§ 9 Ausnahmen

(1) Die Vorschriften dieser Verordnung sind nicht anzuwenden

1. auf Angebote oder Werbung gegenüber Letztverbrauchern, die die Ware oder Leistung in ihrer selbständigen beruflichen oder gewerblichen oder in ihrer behördlichen oder dienstlichen Tätigkeit verwenden; für Handelsbetriebe gilt dies nur, wenn sie sicherstellen, dass als Letztverbraucher ausschließlich die in Halbsatz 1 genannten Personen Zutritt haben, und wenn sie durch geeignete Maßnahmen dafür Sorge tragen, dass diese Personen nur die in ihrer jeweiligen Tätigkeit verwendbaren Waren kaufen;

2. auf Leistungen von Gebietskörperschaften des öffentlichen Rechts, soweit es sich nicht um Leistungen handelt, für die Benutzungsgebühren oder privat-rechtliche Entgelte zu entrichten sind;

3. auf Waren und Leistungen, soweit für sie auf Grund von Rechtsvorschriften eine Werbung untersagt ist;

4. auf mündliche Angebote, die ohne Angabe von Preisen abgegeben werden;

5. auf Warenangebote bei Versteigerungen.

(2) § 1 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 sind nicht anzuwenden auf individuelle Preisnachlässe sowie auf nach Kalendertagen zeitlich begrenzte und durch Werbung bekannt gemachte generelle Preisnachlässe.

(3) § 1 Abs. 2 ist nicht anzuwenden auf die in § 312 Absatz 2 Nummer 2, 3, 6, 9 und 10 und Absatz 6 des Bürgerlichen Gesetzbuchs genannten Verträge.

(4) § 2 Abs. 1 ist nicht anzuwenden auf Waren, die

1. über ein Nenngewicht oder Nennvolumen von weniger als 10 Gramm oder Milliliter verfügen;

2. verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind;

3. von kleinen Direktvermarktern sowie kleinen Einzelhandelsgeschäften angeboten werden, bei denen die Warenausgabe überwiegend im Wege der Bedienung erfolgt, es sei denn, dass das Warensortiment im Rahmen eines Vertriebssystems bezogen wird;

4. im Rahmen einer Dienstleistung angeboten werden;

5. in Getränke- und Verpflegungsautomaten angeboten werden.

(5) § 2 Abs. 1 ist ferner nicht anzuwenden bei

1. Kau- und Schnupftabak mit einem Nenngewicht bis 25 Gramm;

2. kosmetischen Mitteln, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen;

3. Parfüms und parfümierten Duftwässern, die mindestens 3 Volumenprozent Duftöl und mindestens 70 Volumenprozent reinen Äthylalkohol enthalten.

(6) Die Angabe eines neuen Grundpreises nach § 2 Abs. 1 ist nicht erforderlich bei

1. Waren ungleichen Nenngewichts oder -volumens oder ungleicher Nennlänge oder -fläche mit gleichem Grundpreis, wenn der geforderte Gesamtpreis um einen einheitlichen Betrag herabgesetzt wird;

2. leicht verderblichen Lebensmitteln, wenn der geforderte Gesamtpreis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs herabgesetzt wird.

(7) § 4 ist nicht anzuwenden

1. auf Kunstgegenstände, Sammlungsstücke und Antiquitäten im Sinne des Kapitels 97 des Gemeinsamen Zolltarifs;

2. auf Waren, die in Werbevorführungen angeboten werden, sofern der Preis der jeweiligen Ware bei deren Vorführung und unmittelbar vor Abschluss des Kaufvertrags genannt wird;

3. auf Blumen und Pflanzen, die unmittelbar vom Freiland, Treibbeet oder Treibhaus verkauft werden.

(8) § 5 ist nicht anzuwenden

1. auf Leistungen, die üblicherweise aufgrund von schriftlichen Angeboten oder schriftlichen Voranschlägen erbracht werden, die auf den Einzelfall abgestellt sind;

2. auf künstlerische, wissenschaftliche und pädagogische Leistungen; dies gilt nicht, wenn die Leistungen in Konzertsälen, Theatern, Filmtheatern, Schulen, Instituten oder dergleichen erbracht werden;

3. auf Leistungen, bei denen in Gesetzen oder Rechtsverordnungen die Angabe von Preisen besonders geregelt ist.

6. Telemediengesetz (TMG) – Auszug

§ 2a Europäisches Sitzland

(1) Innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (ABl. EG Nr. L 178 vom 17.7.2000, S. 1) bestimmt sich das Sitzland des Diensteanbieters danach, wo dieser seine Geschäftstätigkeit tatsächlich ausübt. Dies ist der Ort, an dem sich der Mittelpunkt der Tätigkeiten des Diensteanbieters im Hinblick auf ein bestimmtes Telemedienangebot befindet.

(2) Innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 89/552/EWG bestimmt sich bei audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf das Sitzland des Diensteanbieters

a) nach dem Ort der Hauptniederlassung, sofern dort die wirksame Kontrolle über den audiovisuellen Mediendienst ausgeübt wird, und

b) nach dem Ort, in dem ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals tätig ist, sofern die wirksame Kontrolle über den audiovisuellen Mediendienst nicht in dem Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem Drittland ausgeübt wird, an dem sich der Ort der Hauptniederlassung befindet; lässt sich nicht feststellen, dass ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals an einem bestimmten Ort befindet, bestimmt sich das Sitzland nach dem Ort der Hauptniederlassung.

(3) Liegen die Voraussetzungen nach Absatz 2 Buchstabe a oder b nicht vor, bestimmt sich innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 89/552/EWG das Sitzland des Diensteanbieters nach dem Ort, an dem er zuerst mit seiner Tätigkeit nach Maßgabe des Rechts dieses Landes begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Landes weiter besteht.

(4) Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf, bei denen nach den Absätzen 2 und 3 kein Sitzland innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 89/552/EWG festgestellt werden kann, unterliegen dem deutschen Recht, sofern sie

a) eine in Deutschland gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke oder

b) eine Deutschland gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten nutzen.

§ 3 Herkunftslandprinzip

(1) In der Bundesrepublik Deutschland nach § 2a niedergelassene Diensteanbieter und ihre Telemedien unterliegen den Anforderungen des deutschen Rechts auch dann, wenn die Telemedien in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinien 2000/31/EG und 89/552/EWG geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden.

(2) Der freie Dienstleistungsverkehr von Telemedien, die in der Bundesrepublik Deutschland von Diensteanbietern geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden, die in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinien 2000/31/EG und 89/552/EWG niedergelassen sind, wird nicht eingeschränkt. Absatz 5 bleibt unberührt.

(3) Von den Absätzen 1 und 2 bleiben unberührt

1. die Freiheit der Rechtswahl,

2. die Vorschriften für vertragliche Schuldverhältnisse in Bezug auf Verbraucherverträge,

3. gesetzliche Vorschriften über die Form des Erwerbs von Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten sowie der Begründung, Übertragung, Änderung oder Aufhebung von dinglichen Rechten an Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten,

4. das für den Schutz personenbezogener Daten geltende Recht.

(4) Die Absätze 1 und 2 gelten nicht für

1. die Tätigkeit von Notaren sowie von Angehörigen anderer Berufe, soweit diese ebenfalls hoheitlich tätig sind,

2. die Vertretung von Mandanten und die Wahrnehmung ihrer Interessen vor Gericht,

3. die Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikationen durch elektronische Post,

4. Gewinnspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz bei Glücksspielen, einschließlich Lotterien und Wetten,

5. die Anforderungen an Verteildienste,

6. das Urheberrecht, verwandte Schutzrechte, Rechte im Sinne der Richtlinie 87/54/EWG des Rates vom 16. Dezember 1986 über den Rechtsschutz der Topographien von Halbleitererzeugnissen (ABl. EG Nr. L 24 S. 36) und der Richtlinie 96/9/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. März 1996 über den rechtlichen Schutz von Datenbanken (ABl. EG Nr. L 77 S. 20) sowie für gewerbliche Schutzrechte,

7. die Ausgabe elektronischen Geldes durch Institute, die gemäß Artikel 8 Abs. 1 der Richtlinie 2000/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. September 2000 über die Aufnahme, Ausübung und Beaufsichtigung der Tätigkeit von E-Geld-Instituten (ABl. EG Nr. L 275 S. 39) von der Anwendung einiger oder aller Vorschriften dieser Richtlinie und von der Anwendung der Richtlinie 2000/12/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 über die Aufnahme und Ausübung der Tätigkeit der Kreditinstitute (ABl. EG Nr. L 126 S. 1) freigestellt sind,

8. Vereinbarungen oder Verhaltensweisen, die dem Kartellrecht unterliegen,

9. die von den §§ 12, 13a bis 13c, 55a, 83, 110a bis 110d, 111b und 111c des Versicherungsaufsichtsgesetzes und der Versicherungsberichterstattungs-Verordnung erfassten Bereiche, die Regelungen über das auf Versicherungsverträge anwendbare Recht sowie für Pflichtversicherungen.

(5) Das Angebot und die Erbringung von Telemedien durch einen Diensteanbieter, der in einem anderen Staat im Geltungsbereich der Richtlinien 2000/31/EG oder 89/552/EWG niedergelassen ist, unterliegen abweichend von Absatz 2 den Einschränkungen des innerstaatlichen Rechts, soweit dieses dem Schutz

1. der öffentlichen Sicherheit und Ordnung, insbesondere im Hinblick auf die Verhütung, Ermittlung, Aufklärung, Verfolgung und Vollstreckung von Straftaten und Ordnungswidrigkeiten, einschließlich des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Hetze aus Gründen der Rasse, des Geschlechts, des Glaubens oder der Nationalität sowie von Verletzungen der Menschenwürde einzelner Personen sowie die Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen,

2. der öffentlichen Gesundheit,

3. der Interessen der Verbraucher, einschließlich des Schutzes von Anlegern,

vor Beeinträchtigungen oder ernsthaften und schwerwiegenden Gefahren dient und die auf der Grundlage des innerstaatlichen Rechts in Betracht kommenden Maßnahmen in einem angemessenen Verhältnis zu diesen Schutzzielen stehen. Für das Verfahren zur Einleitung von Maßnahmen nach Satz 1 - mit Ausnahme von gerichtlichen Verfahren einschließlich etwaiger Vorverfahren und der Verfolgung von Straftaten einschließlich der Strafvollstreckung und von Ordnungswidrigkeiten - sehen Artikel 3 Abs. 4 und 5 der Richtlinie 2000/31/EG sowie Artikel 2a Absatz 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG Konsultations- und Informationspflichten vor.

§ 5 Allgemeine Informationspflichten

(1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die ladungsfähige Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht

Trusted Shops Handbuch für Online-Händler | © 2005-2015 Trusted Shops GmbH

alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,

2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post,

3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,

4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,

5. soweit der Dienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25, 1995 Nr. L 17 S. 20), zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. 184 S. 31), angeboten oder erbracht wird, Angaben über

a) die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,

b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,

c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,

6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,

7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

(2) Weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften bleiben unberührt.

§ 6 Besondere Informationspflichten bei kommerziellen Kommunikationen

(1) Diensteanbieter haben bei kommerziellen Kommunikationen, die Telemedien oder Bestandteile von Telemedien sind, mindestens die folgenden Voraussetzungen zu beachten:

1. Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.

2. Die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.

3. Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

4. Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

(2) Werden kommerzielle Kommunikationen per elektronischer Post versandt, darf in der Kopf und Betreffzeile weder der Absender noch der kommerzielle Charakter der Nachricht verschleiert oder verheimlicht werden. Ein Verschleiern oder Verheimlichen liegt dann vor, wenn die Kopf- und Betreffzeile absichtlich so gestaltet sind, dass der Empfänger vor Einsichtnahme in den Inhalt der Kommunikation keine oder irreführende Informationen über die tatsächliche Identität des Absenders oder den kommerziellen Charakter der Nachricht erhält.

(3) Die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb bleiben unberührt.

§ 7 Allgemeine Grundsätze

(1) Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.

(2) Diensteanbieter im Sinne der §§ 8 bis 10 sind nicht verpflichtet, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben auch im Falle der Nichtverantwortlichkeit des Diensteanbieters nach den §§ 8 bis 10 unberührt. Das Fernmeldegeheimnis nach § 88 des Telekommunikationsgesetzes ist zu wahren.

§ 8 Durchleitung von Informationen

(1) Diensteanbieter sind für fremde Informationen, die sie in einem Kommunikationsnetz übermitteln oder zu denen sie den Zugang zur Nutzung vermitteln, nicht verantwortlich, sofern sie

1. die Übermittlung nicht veranlasst,

2. den Adressaten der übermittelten Informationen nicht ausgewählt und

3. die übermittelten Informationen nicht ausgewählt oder verändert haben.

Satz 1 findet keine Anwendung, wenn der Diensteanbieter absichtlich mit einem Nutzer seines Dienstes zusammenarbeitet, um rechtswidrige Handlungen zu begehen.

(2) Die Übermittlung von Informationen nach Absatz 1 und die Vermittlung des Zugangs zu ihnen umfasst auch die automatische kurzzeitige Zwischenspeicherung dieser Informationen, soweit dies nur zur Durchführung der Übermittlung im Kommunikationsnetz geschieht und die Informationen nicht länger gespeichert werden, als für die Übermittlung üblicherweise erforderlich ist.

§ 9 Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen

Diensteanbieter sind für eine automatische, zeitlich begrenzte Zwischenspeicherung, die allein dem Zweck dient, die Übermittlung fremder Informationen an andere Nutzer auf deren Anfrage effizienter zu gestalten, nicht verantwortlich, sofern sie

1. die Informationen nicht verändern,

2. die Bedingungen für den Zugang zu den Informationen beachten,

3. die Regeln für die Aktualisierung der Informationen, die in weithin anerkannten und verwendeten Industriestandards festgelegt sind, beachten,

4. die erlaubte Anwendung von Technologien zur Sammlung von Daten über die Nutzung der Informationen, die in weithin anerkannten und verwendeten Industriestandards festgelegt sind, nicht beeinträchtigen und

5. unverzüglich handeln, um im Sinne dieser Vorschrift gespeicherte Informationen zu entfernen oder den Zugang zu ihnen zu sperren, sobald sie Kenntnis davon erhalten haben, dass die Informationen am ursprünglichen Ausgangsort der Übertragung aus dem Netz entfernt wurden oder der Zugang zu ihnen gesperrt wurde oder ein Gericht oder eine Verwaltungsbehörde die Entfernung oder Sperrung angeordnet hat.

§ 8 Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

§ 10 Speicherung von Informationen

Diensteanbieter sind für fremde Informationen, die sie für einen Nutzer speichern, nicht verantwortlich, sofern

1. sie keine Kenntnis von der rechtswidrigen Handlung oder der Information haben und ihnen im Falle von Schadensersatzansprüchen auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird, oder

2. sie unverzüglich tätig geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben.

Satz 1 findet keine Anwendung, wenn der Nutzer dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.

§ 12 Grundsätze

(1) Der Diensteanbieter darf personenbezogene Daten zur Bereitstellung von Telemedien nur erheben und verwenden, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift, die sich ausdrücklich auf Telemedien bezieht, es erlaubt oder der Nutzer eingewilligt hat.

(2) Der Diensteanbieter darf für die Bereitstellung von Telemedien erhobene personenbezogene Daten für andere Zwecke nur verwenden, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift, die sich ausdrücklich auf Telemedien bezieht, es erlaubt oder der Nutzer eingewilligt hat.

(3) Soweit nichts anderes bestimmt ist, sind die jeweils geltenden Vorschriften für den Schutz personenbezogener Daten anzuwenden, auch wenn die Daten nicht automatisiert verarbeitet werden.

§ 13 Pflichten des Diensteanbieters

(1) Der Diensteanbieter hat den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in Staaten außerhalb des Anwendungsbereichs der Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (ABl. EG Nr. L 281 S. 31) in allgemein verständlicher Form zu unterrichten, sofern eine solche Unterrichtung nicht bereits erfolgt ist. Bei einem automatisierten Verfahren, das eine spätere Identifizierung des Nutzers ermöglicht und eine Erhebung oder Verwendung personenbezogener Daten vorbereitet, ist der Nutzer zu Beginn dieses Verfahrens zu unterrichten. Der Inhalt der Unterrichtung muss für den Nutzer jederzeit abrufbar sein.

(2) Die Einwilligung kann elektronisch erklärt werden, wenn der Diensteanbieter sicherstellt, dass

1. der Nutzer seine Einwilligung bewusst und eindeutig erteilt hat,

2. die Einwilligung protokolliert wird,

3. der Nutzer den Inhalt der Einwilligung jederzeit abrufen kann und

4. der Nutzer die Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann.

(3) Der Diensteanbieter hat den Nutzer vor Erklärung der Einwilligung auf das Recht nach Absatz 2 Nr. 4 hinzuweisen. Absatz 1 Satz 3 gilt entsprechend.

(4) Der Diensteanbieter hat durch technische und organisatorische Vorkehrungen sicherzustellen, dass

1. der Nutzer die Nutzung des Dienstes jederzeit beenden kann,

2. die anfallenden personenbezogenen Daten über den Ablauf des Zugriffs oder der sonstigen Nutzung unmittelbar nach deren Beendigung gelöscht oder in den Fällen des Satzes 2 gesperrt werden,

3. der Nutzer Telemedien gegen Kenntnisnahme Dritter geschützt in Anspruch nehmen kann,

4. die personenbezogenen Daten über die Nutzung verschiedener Telemedien durch denselben Nutzer getrennt verwendet werden können,

5. Daten nach § 15 Abs. 2 nur für Abrechungszwecke zusammengeführt werden können und

6. Nutzungsprofile nach § 15 Abs. 3 nicht mit Angaben zur Identifikation des Trägers des Pseudonyms zusammengeführt werden können.

An die Stelle der Löschung nach Satz 1 Nr. 2 tritt eine Sperrung, soweit einer Löschung gesetzliche, satzungsmäßige oder vertragliche Aufbewahrungsfristen entgegenstehen.

(5) Die Weitervermittlung zu einem anderen Diensteanbieter ist dem Nutzer anzuzeigen.

(6) Der Diensteanbieter hat die Nutzung von Telemedien und ihre Bezahlung anonym oder unter Pseudonym zu ermöglichen, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist. Der Nutzer ist über diese Möglichkeit zu informieren.

(7) Diensteanbieter haben, soweit dies technisch möglich und wirtschaftlich zumutbar ist, im Rahmen ihrer jeweiligen Verantwortlichkeit für geschäftmsäßig angebotene Telemedien durch technische und organisatorische Vorkehrungen sicherzustellen, dass

1. kein unterlaubter Zugriff auf die für ihre Telemedienangebote genutzten technischen Einrichtungen möglich ist und

2. diese

a) gegen Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten und

b) gegen Störungen, auch soweit sie durch äußere Angriffe bedingt sind,

gesichert sind. Vorkehrungen nach Satz 1 müssen den Stand der Technik berücksichtigen. Eine Maßnahme nach Satz 1 ist insbesondere die Anwendung eines als sicher anerkannten Verschlüsselungsverfahrens.

(8) Der Diensteanbieter hat dem Nutzer nach Maßgabe von § 34 des Bundesdatenschutzgesetzes auf Verlangen Auskunft über die zu seiner Person oder zu seinem Pseudonym gespeicherten Daten zu erteilen. Die Auskunft kann auf Verlangen des Nutzers auch elektronisch erteilt werden.

§ 14 Bestandsdaten

(1) Der Diensteanbieter darf personenbezogene Daten eines Nutzers nur erheben und verwenden, soweit sie für die Begründung, inhaltliche Ausgestaltung oder Änderung eines Vertragsverhältnisses zwischen dem Diensteanbieter und dem Nutzer über die Nutzung von Telemedien erforderlich sind (Bestandsdaten).

(2) Auf Anordnung der zuständigen Stellen darf der Diensteanbieter im Einzelfall Auskunft über Bestandsdaten erteilen, soweit dies für Zwecke der Strafverfolgung, zur Gefahrenabwehr durch die Polizeibehörden der Länder, zur Erfüllung der gesetzlichen Aufgaben der Verfassungsschutzbehörden des Bundes und der Länder, des Bundesnachrichtendienstes oder des Militärischen Abschirmdienstes oder des Bundeskriminalamtes im Rahmen seiner Aufgabe zur Abwehr von Gefahren des internationalen Terrorismus oder zur Durchsetzung der Rechte am geistigen Eigentum erforderlich ist..

§ 15 Nutzungsdaten

(1) Der Diensteanbieter darf personenbezogene Daten eines Nutzers nur erheben und verwenden, soweit dies erforderlich ist, um die Inanspruchnahme von Telemedien zu ermöglichen und abzurechnen (Nutzungsdaten). Nutzungsdaten sind insbesondere

1. Merkmale zur Identifikation des Nutzers,

2. Angaben über Beginn und Ende sowie des Umfangs der jeweiligen Nutzung und

3. Angaben über die vom Nutzer in Anspruch genommenen Telemedien.

(2) Der Diensteanbieter darf Nutzungsdaten eines Nutzers über die Inanspruchnahme verschiedener Telemedien zusammenführen, soweit dies für Abrechnungszwecke mit dem Nutzer erforderlich ist.

(3) Der Diensteanbieter darf für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Telemedien Nutzungsprofile bei Verwendung von Pseudonymen erstellen, sofern der Nutzer dem nicht widerspricht. Der Diensteanbieter hat den Nutzer auf sein Widerspruchsrecht im Rahmen der Unterrichtung nach § 13 Abs. 1 hinzuweisen. Diese Nutzungsprofile dürfen nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden.

(4) Der Diensteanbieter darf Nutzungsdaten über das Ende des Nutzungsvorgangs hinaus verwenden, soweit sie für Zwecke der Abrechnung mit dem Nutzer erforderlich sind (Abrechnungsdaten). Zur Erfüllung bestehender gesetzlicher, satzungsmäßiger oder vertraglicher Aufbewahrungsfristen darf der Diensteanbieter die Daten sperren.

(5) Der Diensteanbieter darf an andere Diensteanbieter oder Dritte Abrechnungsdaten übermitteln, soweit dies zur Ermittlung des Entgelts und zur Abrechnung mit dem Nutzer erforderlich ist. Hat der Diensteanbieter mit einem Dritten einen Vertrag über den Einzug des Entgelts geschlossen, so darf er diesem Dritten Abrechnungsdaten übermitteln, soweit es für diesen Zweck erforderlich ist. Zum Zwecke der Marktforschung anderer Diensteanbieter dürfen anonymisierte Nutzungsdaten übermittelt werden. § 14 Abs. 2 findet entsprechende Anwendung.

(6) Die Abrechnung über die Inanspruchnahme von Telemedien darf Anbieter, Zeitpunkt, Dauer, Art, Inhalt und Häufigkeit bestimmter von einem Nutzer in Anspruch genommener Telemedien nicht erkennen lassen, es sei denn, der Nutzer verlangt einen Einzelnachweis.

(7) Der Diensteanbieter darf Abrechnungsdaten, die für die Erstellung von Einzelnachweisen über die Inanspruchnahme bestimmter Angebote auf Verlangen des Nutzers verarbeitet werden, höchstens bis zum Ablauf des sechsten Monats nach Versendung der Rechnung speichern. Werden gegen die Entgeltforderung innerhalb dieser Frist Einwendungen erhoben oder diese trotz Zahlungsaufforderung nicht beglichen, dürfen die Abrechnungsdaten weiter gespeichert werden, bis die Einwendungen abschließend geklärt sind oder die Entgeltforderung beglichen ist.

(8) Liegen dem Diensteanbieter zu dokumentierende tatsächliche Anhaltspunkte vor, dass seine Dienste von bestimmten Nutzern in der Absicht in Anspruch genommen werden, das Entgelt nicht oder nicht vollständig zu entrichten, darf er die personenbezogenen Daten dieser Nutzer über das Ende des Nutzungsvorgangs sowie die in Absatz 7 genannte Speicherfrist hinaus nur verwenden, soweit dies für Zwecke der Rechtsverfolgung erforderlich ist. Der Diensteanbieter hat die Daten unverzüglich zu löschen, wenn die Voraussetzungen nach Satz 1 nicht mehr vorliegen oder die Daten für die Rechtsverfolgung nicht mehr benötigt werden. Der betroffene Nutzer ist zu unterrichten, sobald dies ohne Gefährdung des mit der Maßnahme verfolgten Zweckes möglich ist.

§ 16 Bußgeldvorschriften

(1) Ordnungswidrig handelt, wer absichtlich entgegen § 6 Abs. 2 Satz 1 den Absender oder den kommerziellen Charakter der Nachricht verschleiert oder verheimlicht.

(2) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 5 Abs. 1 eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält,

2. entgegen § 13 Abs. 1 Satz 1 oder 2 den Nutzer nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig unterrichtet,

3. einer Vorschrift des § 13 Abs. 4 Satz 1 Nr. 1 bis 4 oder 5 oder Absatz 7 Satz 1 Nummer 1 oder Nummer 2 Buchstabe a über eine dort genannte Pflicht zur Sicherstellung zuwiderhandelt,

4. entgegen § 14 Abs. 1 oder § 15 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 8 Satz 1 oder 2 personenbezogene Daten erhebt oder verwendet oder nicht oder nicht rechtzeitig löscht oder

5. entgegen § 15 Abs. 3 Satz 3 ein Nutzungsprofil mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammenführt.

(3) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden.

IX Über die Autoren

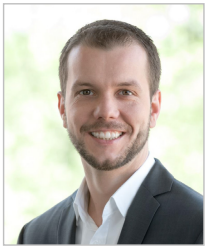
Prof. Dr. Thomas Hoeren

Von April 1996 bis Dezember 2011 Richter am OLG Düsseldorf. Seit April 1997 Universitätsprofessor an der Juristischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seit 1998 Mitherausgeber der Zeitschrift "Multimedia und Recht". Seit Juni 2000: WIPO, Domain Name Panelist und Schiedsrichter für die Vergabe von .eu-Domains. 2004 Research Fellow am Oxford Internet Institut/Balliol College. Mitglied des Fachausschusses Kommunikation der deutschen UNESCO Kommission. Mitglied der Arbeitsgruppe "Neue Medien" der Hochschulrektorenkonferenz. Mitglied des Fachausschusses für Urheber- und Verlagsrecht der deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz. Forschungsschwerpunkte: EDV-Recht, Rechtsinformatik, Banken- und Versicherungsrecht, Wettbewerbs- und Kartellrecht, Internationales Wirtschaftsrecht. (www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren)

RA Dr. Carsten Föhlisch

Rechtsanwalt, Bereichsleiter Recht und Prokurist der Trusted Shops GmbH sowie Of Counsel der Kanzlei Wilde Beuger Solmecke, Köln sowie Bühlmann Rechtsanwälte AG, Zürich und seit mehr als fünfzehn Jahren im E-Commerce-Recht tätig. Tätigkeitsschwerpunkt ist das europäische Verbraucherschutzrecht im Internet. Er ist u.a. Mitglied im Gutachterausschuss für Wettbewerbsfragen, DIHK-Rechtsausschuss und stv. Vorsitzender der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten der IHK Köln. Autor zahlreicher Publikationen, unter anderem von „Das Widerrufsrecht im Onlinehandel“ und „Verbraucherschutz im Internet“ (C-H. Beck) sowie „Das neue Verbrauchervertragsrecht“ (Dr. Otto Schmidt). Carsten Föhlisch war Sachverständiger im Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages zum Gesetz zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen („Button-Lösung“) 2012 und zum Gesetz zur Neuordnung der Vorschriften des Widerrufs- und Rückgaberechts 2009. Er ist Lehrbeauftragter für IT-Recht der Universität Münster.

Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze



Teamleiter Legal Experts der Trusted Shops GmbH. Diplom-Wirtschaftsjurist und seit Oktober 2008 Mitarbeiter in der Rechtsabteilung bei Trusted Shops. Er studierte Deutsches und Europäisches Wirtschaftsrecht an den Universitäten Siegen und Athen. Er ist Autor im www.shopbetreiber-blog.de und berichtet regelmäßig über die aktuelle Rechtsprechung zum E-Commerce und ist Verfasser der Leitsätze zum E-Commerce-Recht in der Zeitschrift Verbraucher und Recht (VuR). Martin Rätze ist Referent bei verschiedenen Industrie- und Handelskammern zum Thema "Online-Recht“. Weitere Veröffentlichungen: Verbraucherschutz im E-Commerce in Handel im Netz (Hrsg. Solmecke, im Juli 2014); Abmahnkosten wegen falscher Impressumsangaben (MMR 2012, 240); Vorgaben zur Beschriftung des Bestell-Buttons im Online-Handel (VuR 2013, 474), Anforderungen an die Telefonnummer im Impressum (VuR 2014, 189), Anforderungen an die Angabe einer Telefonnummer im Impressum eines Online-Shops (VuR 2015, 25), Zur Beschriftung eines Bestell-Buttons im Online-Handel (VuR 2015, 26), Zum Ausschluss des Widerrufsrechtes wegen Kundenspezifikation (VuR 2015, 63).

TRUSTED SHOPS GmbH, Subbelrather Str. 15c, 50823 Köln

© TRUSTED SHOPS GmbH · Alle Rechte vorbehalten.
Amtsgericht Köln, HRB 32735 · USt-IdNr. DE 812 947 877 · Geschäftsführer: Jean-Marc Noël, Thomas Karst, Ulrich Hafenbradl